



Nieuwe verdienmodellen in de vrijetijdssector in het landschap

Behoud, beheer en herstel van het Sallandse cultuurlandschap

Lindsay Ehringfeld

Nieuwe verdienmodellen in de vrijetijdssector in het landschap

Behoud, beheer en herstel van het Sallandse cultuurlandschap

Thesis

Lindsay Ehringfeld
studentnummer 334875

Deventer, 2016

Organisatie

Saxion University of Applied Science
Hospitality Business School
Toeristisch management

Handelskade 75
7414 DH Deventer

Opdrachtgever(s)

A. Haven
Voorzitter Stichting Kostbaar Salland
Haereweg 4
8121PJ Olst

C. Barkel
Bestuurslid van Stichting Kostbaar Salland

Examinatoren

Eerste examiner: Michiel Flooren
Tweede examiner: Jan Pieter van Haaps

Voorwoord

Voor u ligt de thesis 'nieuwe verdienmodellen in de vrijetijdssector in het landschap'. De thesis is enerzijds geschreven in het kader van mijn afstuderen aan de opleiding Hoger Toeristisch en Recreatief Onderwijs op het Saxion Hogeschool te Deventer, anderzijds in opdracht van Stichting Kostbaar Salland.

In samenwerking met Annemiek Haven, de opdrachtgever van Stichting Kostbaar Salland, en Christa Barkel, de opdrachtgever vanuit Saxion, is het doel van het onderzoek opgesteld. Het uiteindelijke onderzoek heeft plaatsgevonden van maart tot en met juni 2016. Het onderwerp van de thesis heb ik zelf gekozen. Ik kwam in aanraking met het onderwerp van de opdracht via Mevrouw Barkel. Het werd me gelijk al duidelijk dat het om een pittige opdracht ging, maar het bleek dus ook een uitdaging. Ik heb gemerkt dat een thesis schrijven niet niks is in vergelijking met de afgelopen jaren. Maar ik ben dan ook trots op mijzelf dat hier nu een rapport ligt waar ik mijn best op heb gedaan.

Ik wil hierbij graag meneer Flooren, mijn eerste examiner, bedanken voor de fijne begeleiding en ondersteuning tijdens het thesissemester. Tevens wil ik mevrouw Hoogwijk, mijn onderzoeksdocent, bedanken voor de verkregen input en ondersteuning bij het opstellen van het onderzoek. Mijn dank gaat ook uit naar de opdrachtgever, mevrouw Haven en mevrouw Barkel.

Ik wens u veel plezier toe bij het lezen van mijn thesis.

Lindsay Ehringfeld

Deventer, 2016

Managementsamenvatting

Dit onderzoek is verricht om nieuwe verdienmodellen te onderzoeken voor Stichting Kostbaar Salland. De stichting beheert een landschapsfonds dat is gevuld door Stichting IJssellandschap (als private partij), de gemeenten Deventer, Olst– Wijhe, Raalte en de provincie Overijssel. De huidige inkomstenbronnen voor Stichting Kostbaar Salland zijn: gemeentelijke subsidies, provinciale subsidies en de streekrekening. De stichting bevindt zich nu en de komende jaren midden in een langzame maar zekere transitie. Die transitie heeft alles te maken met enerzijds een terugtrekkende overheid op het gebied van behoud en beheer van het landschap (bezuiniging) en anderzijds de ontwikkeling van de participatiesamenleving waarbij bewoners zelf verantwoordelijkheid willen en kunnen nemen voor een (groene) leefomgeving. Om dit onderzoek te verrichten is een antwoord gezocht op de volgende adviesvraag: ‘Hoe kan Stichting Kostbaar Salland nieuwe inkomsten genereren uit het vrijetijdsgebruik van het cultuurlandschap in Salland door toeristen/recreanten om hen daarmee een bijdrage te laten leveren aan het behoud en beheer en inrichting van dit attractieve cultuurlandschap?’ Er is kwalitatief onderzoek verricht om deze vraag te beantwoorden. In het theoretisch kader zijn de kernbegrippen landschapsbeleving, agrarisch cultuurlandschap, verdienmogelijkheden vrijetijdsbesteding (in natuur en landschap) en businessmodel gedefinieerd. Daarna is er deskresearch verricht in de vorm van een documentenanalyse. In het veldonderzoek zijn 7 individuele interviews afgenomen en is een focusgroep samengesteld om de behaalde resultaten uit het veldonderzoek te bespreken en om deze aan te vullen. De informatie heeft ervoor gezorgd dat de deelvragen beantwoord kunnen worden.

Vanuit bovenstaande onderzoeken is gebleken dat vrijetijdsgebruikers niet bereid zijn om direct te betalen voor het landschap. Ze maken nu kosteloos gebruik van het landschap wanneer ze bijvoorbeeld in de natuur gaan wandelen of fietsen. Het is vanzelfsprekend. Dit punt kwam heel sterk naar voren in de individuele interviews. Uit de documentenanalyse is gebleken dat vrijetijdsgebruikers verschillende motieven hebben om te recreëren. Het meest populair zijn de ontspanningszoekers met 34%, hierna komen de gezelligheidszoekers met 27%. Recreanten hebben vaak meerdere motieven tegelijk. De grootste doelgroep in natuur en agrarisch gebied zijn de wandelaars en de fietsers. Salland heeft veel te bieden op het gebied van recreatie en toerisme. Het gebied heeft een eigen identiteit. Er wordt al veelal gebruikgemaakt van het landschap om te wandelen en te fietsen. Deze groep wandelaars en fietsers is dus de grootste doelgroep en het meest kansrijk wanneer men kijkt naar mogelijke structurele financieringsbronnen.

Geconcludeerd kan worden dat vrijetijdsgebruikers bereid zijn te betalen wanneer er een beleving wordt toegevoegd die een meerwaarde is voor de gebruiker. Voordat de gebruiker de keuze maakt om een gebied te bezoeken, zijn de volgende kernwaarden van belang: kwaliteit van de groene ruimte, het landschap moet divers en afwisselend zijn, natuurlijk karakter en de aanwezigheid van water is een pré. Een grote meerderheid van de consumenten blijkt bereid te zijn om meer te betalen voor duurzame producten.

Uit de documentenanalyse, de interviews en het focusgroepgesprek is een lijst met potentiële verdienmogelijkheden voortgekomen. Deze heeft de onderzoeker geanalyseerd. Het advies aan Stichting Kostbaar Salland is om een wandel-app te ontwikkelen voor de wandelaars in het landschap. Er wordt verwacht dat er meer interactie komt in de wandelingen en er zal meer naamsbekendheid voor de stichting ontstaan. Voor het advies is gekozen om ook een korte opzet te

geven voor een tweede verdienmodel, namelijk: de natuurtaxi. Dit omdat deze optie door de deskundigen als kansrijk wordt gezien. Verwacht wordt dat het een kansrijk verdienmodel is in Salland, met name door de vele langeafstandswandelingen die de recreanten maken. De opbrengsten van de app worden besteed aan het beheer en onderhoud van het landschap, de kerntaak van Stichting Kostbaar Salland.

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Managementsamenvatting	4
1. Inleiding	9
1.1 Opdrachtgever	9
1.2 Aanleiding	10
1.3 Doelstelling	11
1.4 Hoofd- en deelvragen	11
1.5 Leeswijzer	11
2. Theoretisch Kader	12
2.1 Definiëring kernbegrippen	12
2.1.1 Landschapsbeleving	12
2.1.2 Agrarisch cultuurlandschap	13
2.1.3 Verdienmogelijkheden vrijetijdsbesteding (in natuur en cultuurlandschap)	14
2.1.4 Het businessmodel Canvas	16
2.2 Operationalisering kernbegrippen	17
3. Methodologische verantwoording	18
3.1 Doelstellingen	18
3.2 Aanpak deskresearch	18
3.2.1 Hoofd- en deelvragen	18
3.2.2 Zoekmethoden	19
3.2.3 Analysetechnieken	19
3.3 Aanpak veldonderzoek	19
3.3.1 Hoofd- en deelvragen	19
3.3.2 Onderzoeksstrategie	19
3.3.3 Waarnemingsmethoden	20
3.3.4 Selectie onderzoekseenheden	21
3.3.5 Analysetechnieken	22
3.4 Volgorde binnen het onderzoek	22
4. Onderzoeksresultaten	23
4.1 Documentenanalyse	23
4.1.2 Conclusies	23
4.2 Interviews	26
4.2.1 Samenvatting interviews	26
4.2.2 Conclusies	26

4.3 Focusgroepgesprek	30
4.3.1 Resultaten.....	30
4.3.2 conclusie	30
5. Verschillen/overeenkomsten analyse verdienmogelijkheden.....	33
Tabel 6: Analyse verdienmodellen.....	33
5.1 Beantwoording hoofdvraag	33
6. Validiteit en betrouwbaarheid	35
6.1 Betrouwbaarheid.....	35
6.2 Validiteit.....	35
7. Advies	37
7.1 Inleiding	37
7.2 Alternatieven voor het advies	37
7.2.1 Natuurtaxi	37
7.2.2 Wandelroutes	38
7.2.3 Bijzondere verblijfsconcepten.....	38
7.2.4 Natuurevenementen.....	38
7.2.5 Streekproducten	39
7.3 Afweging en besluit	39
7.3.1 Uitwerking advies: Wandelroute App.....	40
7.3.2 Bouwstenen	41
7.3.3 Opzet natuurtaxi.....	42
7.4 Wat wordt geadviseerd aan Stichting Kostbaar Salland?.....	43
7.5 Implementatieplan	44
7.6 Financiële onderbouwing	46
8. Nawoord	48
Literatuurlijst.....	50
Bijlage I Zoekmethoden.....	57
Bijlage II Mindmap verdienen aan groen	58
Bijlage III Bouwstenen Canvas Model	59
Bijlage IV Patronen van businessmodellen	60
Bijlage V Het Waarde Propositie Model Canvas	61
Bijlage VI Operationalisering landschapsbeleving	62
Bijlage VII Operationalisering agrarisch cultuurlandschap	63
Bijlage VIII Operationalisering verdienmogelijkheden in natuur- en cultuurlandschap	64
Bijlage IX Operationalisering businessmodel.....	65

Bijlage X AAOCC-criteria.....	66
Bijlage XI Topic lijst	67
Bijlage XII Documentenanalyse	70
Bijlage XIII Cijfers vrijetijdsgebruikers	79
Bijlage XIV Aanvullende opties uit de literatuur.....	81
Bijlage XV Codeboom.....	82
Bijlage XVI Samenvatting interviews	83
Bijlage XVII Interviewgide focusgroep landschapsorganisaties.....	91
Bijlage XVIII Samenvatting focusgroepgesprek.....	94
Bijlage XIX Toelichting toetsingscriteria.....	96
Bijlage XX Projectplan voor het implementatieproject	98

1. Inleiding

1.1 Opdrachtgever

Het onderzoek is uitgevoerd in opdracht van Stichting Kostbaar Salland. Stichting Kostbaar Salland is een landschapsorganisatie in de vrijetijdssector met de focus op het verstrekken van beheersvergoedingen voor landschapselementen. De stichting zet zich in voor het behoud, herstel en ontwikkeling van Salland, toegespitst op natuur, landschap en cultuurhistorie. Dit doet zij door middel van het investeren in het agrarisch cultuurlandschap in Salland. Tot Salland behoren volgens Stichting Kostbaar Salland de gebieden binnen de grenzen van de gemeenten Deventer, Olst-Wijhe en Raalte (Haven, 2016). Stichting Kostbaar Salland beheert een landschapsfonds dat is gevuld door Stichting IJssellandschap (als private partij), de gemeenten Deventer, Olst-Wijhe en Raalte en de provincie Overijssel. Het landschap is een kerningrediënt bij toeristisch gebruik en beleving. De huidige inkomstenbronnen voor Stichting Kostbaar Salland zijn: gemeentelijke subsidies, provinciale subsidies en de streekrekening. In 2015 heeft de provincie Overijssel opnieuw 1,6 miljoen beschikbaar gesteld aan Stichting Kostbaar Salland voor beheer en behoud van het Sallandse landschap.

Stichting Kostbaar Salland vergoedt duurzaam beheer van landschapselementen aan grondeigenaren in de Sallandse regio (groene diensten). Denk hierbij aan houtwallen en singels, heggen en hagen, knotbomen, hoogstamboomgaarden en lanen. Samen met andere landschapselementen kenmerken zij het Sallandse landschap en de stichting wenst dit te behouden. Bij de opstart van Stichting Kostbaar Salland en in de samenwerkingsovereenkomst met Stichting IJssellandschap en de gemeenten Raalte, Olst-Wijhe en Deventer is afgesproken dat de groene diensten (herstel, aanleg en beheer van landschapselementen) alleen van toepassing zijn op particulieren buiten de bebouwde kom. Dit betekent dat er alleen contracten afgesloten worden met particulieren die gevestigd zijn buiten de bebouwde kom. Grondeigenaren die deze landschapselementen willen onderhouden, kunnen zich voor 21 jaar verzekeren van een jaarlijkse vergoeding van Stichting Kostbaar Salland. Voor aanleg en herstel zijn eenmalige vergoedingen beschikbaar. De vergoedingen voor aanleg zijn inmiddels vergeven. De vergoedingen voor beheer en onderhoud zijn er nog steeds. De controle op het daadwerkelijke behoud en onderhoud door de grondeigenaren wordt gedaan door de SGBDO. Deze subsidie is onderdeel van de regeling Groene en Blauwe Diensten. Stichting Kostbaar Salland nodigt met name agrariërs uit om mee te doen. De ambitie van Stichting Kostbaar Salland is om te blijven doorgaan met het beheren en behouden van het agrarisch cultuurlandschap, er is een enorme belangstelling voor (Haven, 2016).

Een andere activiteit is de ontwikkeling van een streekfonds voor Salland. De Rabo Streek Rekening is een manier voor bedrijven, maatschappelijke organisaties en decentrale overheden om invulling te geven aan hun maatschappelijke en lokale betrokkenheid. Deze spaarrekening maakt dit mogelijk. De rekeninghouder spaart en ontvangt jaarlijks een rente over het ingelegde vermogen. Tegelijkertijd draagt de rekeninghouder bij aan een goed doel, namelijk behoud en beheer van het Sallandse landschap. Een andere mogelijkheid biedt Bookdifferent. De consument boekt een hotel en steunt daarmee zonder extra kosten Kostbaar Salland (Stichting Kostbaar Salland, 2016).

1.2 Aanleiding

De stichting bevindt zich deze en de komende jaren midden in een langzame maar zekere transitie. Die transitie heeft alles te maken met enerzijds een terugtrekkende overheid op het gebied van behoud en beheer van het landschap. Het beleid wordt nu vooral provinciaal geregeld en komt niet meer van bovenaf. De participatiesamenleving waarbij bewoners zelf verantwoordelijkheid willen en kunnen nemen voor een (groene) leefomgeving zorgt voor een verschuiving van de werkzaamheden. Voor de toekomst zal dit betekenen dat er lokale initiatieven moeten ontstaan. Stichting Kostbaar Salland (SKS) heeft zich in de eerste jaren (2009–2014) vooral beziggehouden met haar fondsbeheertaken in de vorm van het vergoeden van herstel, aanleg en behoud van landschapselementen. SKS heeft haar doelstelling voor de komende jaren uitgebreid; naast fondsbeheer wil zij activiteiten gaan ontplooiën om nieuwe financieringsbronnen aan te boren waarmee geïnvesteerd kan blijven worden in het behoud van het landschap (Barkel, 2016).

Er komen steeds meer vrijetijdsgebruikers bij in Nederland (NBTC, 2016). Ook voor Salland is het een belangrijke doelgroep. Salland heeft de vrijetijdsgebruiker veel te bieden op het gebied van: wandelen, fietsen, parken en toeristische attracties. Het is tevens belangrijk dat de kwaliteit van de omgeving behouden en beheerd wordt en dat de biodiversiteit behouden blijft. Door het Biodiversiteitsverdrag van Rio de Janeiro in 1992 te ondertekenen, heeft Nederland de verantwoordelijkheid op zich genomen om de biologische biodiversiteit op haar gehele grondgebied te behouden. De stichting wil de mogelijkheden onderzoeken om de vrijetijdsgebruiker te laten betalen voor het gebruik van dat landschap. Hierbij is het belangrijk de waardepropositie van het Sallandse cultuurlandschap in kaart te brengen. Wat zijn de wensen en behoeften van de bezoeker? Is de beleving in het landschap voldoende om hiervoor geld te vragen aan de gebruiker? Het vragen van een prijs voor het gebruik van het landschap brengt ook risico's met zich mee. Wanneer men voorheen altijd gratis gebruik heeft kunnen maken van een dienst, zal de bereidheid van de vrijetijdsgebruiker om voor dezelfde dienst te betalen afnemen. Men kan zelfs in zijn geheel weigeren hiervoor te betalen. Het is hierbij belangrijk om te onderzoeken wat de toegevoegde waarde kan zijn voor de bezoeker om te willen betalen.

Om dit te onderzoeken moet men weten welke doelgroepen er bestaan onder vrijetijdsgebruikers in Salland en wie er bereid zijn om te betalen voor landschapsgebruik. Ook is het belangrijk om inzicht te krijgen in de waardeproposities en de daaruit volgende mogelijke verdienmodellen. Een 'best and worst practice'-analyse bij succesvolle landschapsorganisaties is gewenst. De verwachting is dat dit zal resulteren in bruikbare mogelijkheden voor het Sallandse landschap. In deze thesis wordt onderzocht wat additionele inkomstenbronnen voor Stichting Kostbaar Salland kunnen zijn om te kunnen blijven investeren en daardoor aantrekkelijk te blijven als landschap voor onder andere de vrijetijdsgebruikers. Het advies zal resulteren in een nieuw verdienmodel toegepast op de organisatie van Stichting Kostbaar Salland. Idealiter resulteert dit in een aanpak die duurzaamheid ondersteunt.

1.3 Doelstelling

Adviesdoelstelling

Het adviesdoel is om nieuwe inkomstenbronnen te creëren voor Stichting Kostbaar Salland vanuit het vrijetijdsgebruik. Hiermee kan worden geïnvesteerd in het behoud en het beheer van het landschap.

Adviesvraag

Hoe kan Stichting Kostbaar Salland nieuwe inkomsten genereren uit het vrijetijdsgebruik van het cultuurlandschap in Salland door toeristen/recreanten om hen daarmee een bijdrage te laten leveren aan het behoud en beheer en inrichting van dit attractieve cultuurlandschap?

Onderzoeksdoelstelling

Het doel van het onderzoek is het in kaart brengen van de mogelijkheden om inkomsten te genereren bij de vrijetijdsgebruikers van het landschap om door middel van dit inzicht aanbevelingen te doen over een nieuw verdienmodel aan Stichting Kostbaar Salland.

1.4 Hoofd- en deelvragen

In welke mate zijn (potentiële) vrijetijdsgebruikers bereid te betalen voor landschapsgebruik?

Welke doelgroepen in het vrijetijdsgebruik van het landschap zijn er?

Welke doelgroepen zijn kansrijk en bereid om te betalen voor het vrijetijdsgebruik van het Sallandse landschap?

Welke wensen en behoeften heeft deze doelgroep?

Welke vormen van vrijetijdsgebruik in het landschap kunnen leiden tot inkomsten?

Welke mogelijkheden zijn er om de vrijetijdsgebruiker te laten betalen voor het gebruik van het landschap?

Wat zijn kritische succes- en faalfactoren van andere landschapsorganisaties betreffende het benutten van verdienmogelijkheden vanuit het vrijetijdsgebruik?

Welke financieringsbronnen gebruiken andere landschapsorganisaties die betrokken zijn bij het beheer en onderhoud van landschappen?

Wat is de mening van experts op het gebied van landschappen, gekeken naar de verkregen onderzoeksresultaten uit het desk- en veldonderzoek?

1.5 Leeswijzer

Hoofdstuk 2 staat in het teken van het theoretisch kader. Hier worden de kernbegrippen landschapsbeleving, agrarisch cultuurlandschap, verdienmogelijkheden en businessmodel besproken. Vervolgens wordt in hoofdstuk 3 de methodologische verantwoording van het onderzoek beschreven. De onderzoeksmethode en onderzoeksopzet worden hier tot in detail beschreven. In hoofdstuk 4 zijn de resultaten beschreven en worden de antwoorden op de deelvragen gegeven. Het hoofdstuk wordt afgesloten met het antwoord op de hoofdvraag. Vervolgens, in hoofdstuk 5, wordt er gediscussieerd over de validiteit en betrouwbaarheid van het onderzoek. In hoofdstuk 6 wordt er een advies gegeven gebaseerd op de resultaten van het onderzoek en wordt er een implementatieplan uitgeschreven. Als laatste bevat hoofdstuk 7 het nawoord geschreven door de onderzoeker.

2. Theoretisch Kader

2.1 Definiëring kernbegrippen

Uit de doelstellingen komt een aantal kernbegrippen naar voren. In deze paragraaf worden de kernbegrippen landschapsbeleving, agrarisch cultuurlandschap, businessmodel en verdienmogelijkheden nader toegelicht. De zoekmachines, zoektermen en beoordelingscriteria die zijn gebruikt voor de definiëring zijn te vinden in bijlage I Zoekmethoden.

2.1.1 Landschapsbeleving

Natuur en landschap zijn verschillende begrippen. Landschap is een resultante van natuur en cultuur met een eigen specifieke schaal en samenhang (Landschapoverijssel, 2016). Natuur is daar een onderdeel van en ligt in het landschap. In deze thesis gaat het om landschap en dan voornamelijk agrarisch cultuurlandschap, zie paragraaf 2.2.4.

Volgens Renes (2006) zijn er twee richtingen in de definitie van landschap: een territoriale en een visuele. Het visuele landschap is vooral een constructie die zich in ons hoofd bevindt. Dit landschap beschrijven we vooral in esthetische termen: mooi of lelijk, groot- of kleinschalig, open of gesloten. Echter, het landschap is in de betekenis van een waarneembaar gebied eveneens een mentale constructie, maar tegelijk ook enigszins te objectiveren. We kunnen de elementen en structuren waaruit dat landschap is opgebouwd, beschrijven en in kaart brengen (Renes, 2006).

Beleving heeft te maken met de interactie tussen de mens en zijn omgeving. Deze relatie kan als volgt schematisch weergegeven worden:



Figuur 1: Beleving van mens-omgeving (Buijs & Kralingen, 2003).

De fysieke ruimte is het object van waarneming. Beleving begint met de waarneming van het landschap. Deze waarneming roept een bepaalde ervaring op. Aan de hand van deze ervaring wordt een waardering aan de ruimte toegeschreven. Hierna ontstaat een reactie wat tot consequenties leidt.

In het artikel van Berry, Wall & Carbone (2006) wordt gesteld dat beleving ontstaat door drie typen clues: functional, mechanical en humanic. Een beleving ontstaat dus zowel bewust als onbewust. De functional clues hebben invloed op de technische kwaliteit van de dienst, de producten en diensten van de organisatie. Voorbeelden hiervan kunnen zijn: het gebruik van een toegangspasje, het gebruik van een computer op de werkplek of het bestellen van catering. Mechanic clues kunnen omschreven worden als omgevingsfactoren. Dit omvat alles wat te maken heeft met zicht, geur, geluid en smaak. Dit zijn de zintuiglijke waarnemingen van de dienst. De humanic clues komen voort uit het gedrag van de mens die de beleving verzorgt (Berry, Wall & Carbone, 2006).

Thijssen (2010) stelt dat door de inzet van zintuigen een beleving ontstaat. Een individu wordt positief of negatief beïnvloed door de belevenis, maar hij voegt eraan toe dat het leidt tot bepaalde emoties, bijvoorbeeld angst, geluk of verdriet (Thijssen, 2010).

Bekend is bijvoorbeeld dat afwisseling, natuurlijkheid, landschappelijke samenhang en de aanwezigheid van water en groen in een landschap aantrekkelijk worden gevonden, terwijl stedelijke bebouwing, infrastructuur en lawaai een sterk negatief effect hebben op de beleving (Roos-Klein Lankhorst et al, 2002). Er zijn vier indicatoren om landschapsbeleving te meten, namelijk: historisch karakter, natuurlijkheid, ruimtelijkheid en zintuiglijke indrukken (Coeterier, 2000).

Natuurervaringen worden grotendeels bepaald door de persoonlijke interpretatie van de fysieke omgeving. Een bezoeker gebruikt de fysieke omgeving een park, maar zijn gedrag is niet alleen een gevolg van meetbare fysieke omgevingskenmerken, maar is ook gebaseerd op de betekenissen en waarden die hij toeschrijft aan de omgeving. Deze symbolische omgeving kan worden begrepen door te kijken naar vier waarden, namelijk: de gebruikerswaarde, de belevingswaarde, de narratieve waarde en de toe-eigeningswaarde. Er zijn acht indicatoren die kunnen voorspellen hoe een landschap wordt beoordeeld, namelijk: aanwezigheid van vegetatie, natuurlijk karakter, mate van variatie, aanwezigheid van waterelementen, aanwezigheid van reliëf, identiteit van het landschap, horizonverstoring en lawaai (Marwijk, 2007). Het gevoel verbonden te zijn met de plaats is belangrijk voor de belevingswaarde. Lengkeek (2000) noemt dit de toe-eigeningswaarde. Mensen voelen zich door de 'sense of place' verbonden met concrete plekken (Lengkeek, 2000). De waarde van gebieden wordt niet alleen bepaald door de (visuele) aantrekkelijkheid of een gevoel van persoonlijke verbondenheid. Ook gebieden waar mensen zich helemaal niet mee verbonden voelen en die zij niet gebruiken, kunnen waarde hebben voor mensen (Ruijgrok, 2000). Deze waarde van een gebied wordt bestaanswaarde (existence value) genoemd (Fredman, 1994).

De definitie van landschapsbeleving die in dit onderzoek gehanteerd wordt, luidt als volgt: 'landschapsbeleving' bestaat uit de beleving die bestaat uit de interactie tussen mens en omgeving; sociaal en fysiek met het landschap dat bestaat uit een visueel en een territoriaal karakter. De fysieke ruimte is het object van waarneming. Beleving begint met de waarneming van het landschap. Deze waarneming roept een bepaalde ervaring op. Aan de hand van deze ervaring wordt een waardering aan de ruimte toegeschreven. De zintuigen spelen hierin een belangrijke rol. Wanneer zintuigen worden geprikkeld, ontstaat er een beleving. Voor de intensiteit van de beleving is het belangrijk dat de persoon in kwestie betrokken raakt bij een gebeurtenis. Hierdoor zal een blijvende indruk opgedaan worden. Bepalend hierbij is de verbinding die men voelt met het gebied en de bestaanswaarde. Er kunnen vier waarden worden toegeschreven aan een landschapsbeleving, namelijk: de gebruikerswaarde, de belevingswaarde, de narratieve waarde en de toe-eigeningswaarde. Bekend is dat afwisseling, natuurlijkheid, landschappelijke samenhang en de aanwezigheid van water en groen in een landschap aantrekkelijk worden gevonden. De identiteit van het landschap kan meespelen in de beleving. Horizonverstoring wordt als negatief ondervonden, evenals lawaai.

2.1.2 Agrarisch cultuurlandschap

In ons land verdween de natuur in de zin van onaangetast al zo'n 5000 jaar geleden. In de begintijd was iedereen nog boer en bestonden de termen stad en stedeling nog niet (Vereniging Nederlands

Cultuurlandschap, 2010). Nu dient er meer onderscheid te worden gemaakt en zijn er verschillende landschappen kenbaar. Het landschap is heel lang puur functioneel geweest. Veel van onze huidige natuurgebieden zijn eigenlijk oude cultuurgronden. Heidevelden, rietlanden, uitgeveende plassen, tot en met houtwallen en eikenhakhoutbosjes zijn ontstaan door economische drijfveren (Westerink, 2008).



Figuur 2: Diensten van een landschap

Agrarische landschappen bieden meerdere ecosysteemdiensten. Naast de productie van voedingsmiddelen, plantensoorten en diervoeding zijn de meest voorkomende diensten recreatie en toerisme, alsmede cultureel erfgoed, vaak samengevat als culturele diensten (Van Zanten et al, 2014). Zie figuur 2. Het Nederlandse buitengebied is een andere benaming voor dit agrarische landschap, wat voornamelijk een landbouwfunctie heeft. Het agrarische landschap bestaat tevens uit verschillende landschapselementen. Het behoud van dit landschap wordt voornamelijk bepaald door ruimtelijk beleid. Als boeren hun grond verkopen omdat ze geen opvolger hebben, komt daar in de meeste gevallen een andere boer voor in de plaats, tenzij de overheid tot een andere bestemming besluit, bijvoorbeeld verstedelijking of de aanleg van infrastructuur. Dat betekent dat het agrarische landschap nooit 'vanzelf' verdwijnt (Planbureau voor de Leefomgeving, 2008).

Bij agrarisch cultuurlandschap zal het in deze thesis dus gaan om het landschap buiten de bebouwde kom en in en om boerderijen en de bijbehorende landschapselementen in de natuur. Het gaat hier niet alleen meer om de functionele invulling door middel van landbouw, maar ook om de recreatieve en vrijetijdsbelevingen in dit agrarische cultuurlandschap, aangezien het verdienmodel in deze branche wordt gezocht.

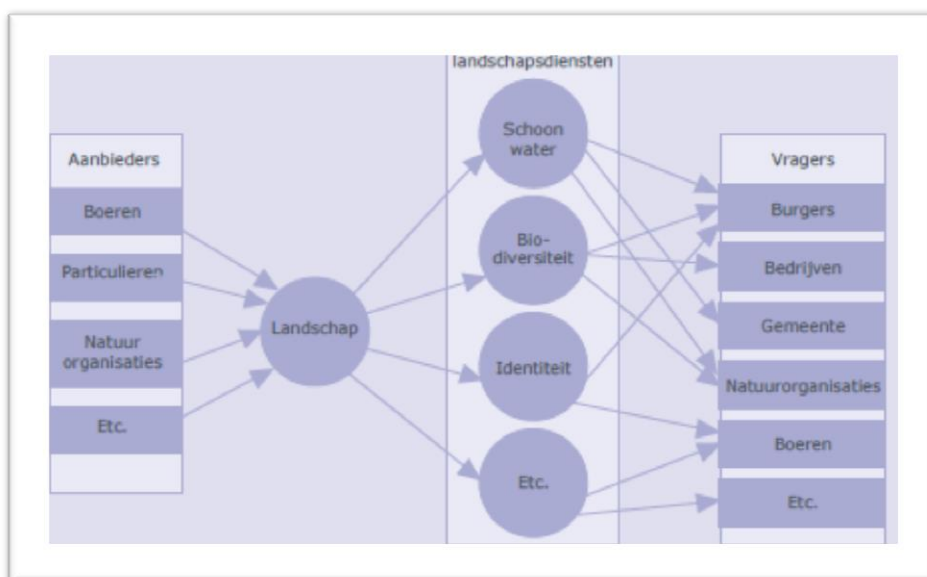
2.1.3 Verdienmogelijkheden vrijetijdsbesteding (in natuur en cultuurlandschap)

Een verdienmodel is onderdeel van een businessmodel en deze beschrijft de manier waarop een onderneming zijn geld verdient aan de klant. Een onderneming/stichting moet zich afvragen voor welke waarde de gebruiker werkelijk bereid is te betalen. Succesvolle beantwoording van deze vraag stelt het bedrijf in staat om een of meer inkomstenstromen uit elk klantsegment te genereren (Osterwalder & Pigneur, 2009). Belangrijk hierbij is dus de waardepropositie. Wanneer de waardepropositie positief inspeelt op de wensen en behoeften van de vrijetijdsgebruiker en het daadwerkelijk iets toevoegt waarvoor men bereid is te betalen, zal dit resulteren in een verdienmodel. In The Experience Economy geven Pine en Gilmore aan dat door het toevoegen van experiences

(ervaringen en belevenissen), producten en/of diensten in waarde kunnen toenemen. Onze economie is in de loop der jaren veranderd van een economie die op produceren is gericht naar een economie die op diensten is gericht. Het toevoegen van een beleving of ervaring aan producten maakt het mogelijk om een hogere prijs te vragen. In een beleveniseconomie gaat het erom de consument emotioneel te raken, op de juiste plaats, op de juiste tijd en vooral met de juiste toon (Lier et al, 2009). Zowel cultuur als natuur maakt onderdeel uit van de vrijetijdsbesteding van Nederlanders. Vrije tijd is een relatief schaars goed. Per week hebben Nederlanders ongeveer 45 uur vrije tijd (Cloin et al, 2013).

Na het lezen van het onderzoeksrapport Waardevol Groen kan geconcludeerd worden dat er volop kansen zijn om met het landschap geld te verdienen om de aanleg en het beheer van het landschap te bekostigen. Alleen niet iedereen ziet in dat beheer van natuur geld en tijd kost. De aanwezigheid van opengestelde bos- en natuurgebieden is voor de meeste Nederlanders een vanzelfsprekendheid. De natuur is bereikbaar en toegankelijk. Dat de verschijningsvorm van de groene ruimte van elke dag slechts een momentopname in een dynamisch ecosysteem is, en dat er tijd, geld en vakmanschap voor nodig zijn om de natuur al die verschillende functies op hetzelfde moment en dezelfde locatie te laten vervullen, dat beseft lang niet iedereen. In het rapport Waardevol Groen worden verschillende succesvolle verdienmodellen beschreven, waarbij er wel een vergoeding kan worden gevraagd voor landschapsgebruik (Kamerbeek, 2012).

Volgens Westerink et al (2015) kan men geld verdienen door middel van boer-burgercollectieven. Een boer-burgercollectief verenigt aanbieders en klanten van het landschap. Het kan ook bestaan uit een samenwerking tussen een boeren- en een burgercollectief. Boeren zijn te beschouwen als aanbieders van het landschap. Burgers en bedrijven in de streek als vragers of klanten.



Figuur 3: Boer-burgercollectieven (Westerink et al, 2015).

Het economisch voordeel (de baten) van het landschap dat boeren (of andere grondeigenaren) produceren, komt naast de agroproductie vaak terecht bij anderen. Denk hierbij aan recreatiebedrijven en de maatschappij als geheel. Kosten van inspanningen door boeren ten bate van het landschap en de biodiversiteit zijn echter voor de boeren. Natuur en landschap worden daarom publieke goederen

genoemd. Een manier om publieke goederen verhandelbaar te maken, is ze te koppelen aan private of clubgoederen door koppelverkoop in 'nested markets' (Hendriks et al., 2012; Linderhof et al., 2009). Private en clubgoederen zijn wel te verhandelen. Vlees is een voorbeeld van een privaat goed; verblijfsrecreatie is een clubgoed. Voor private en clubgoederen bestaat een betalingsmechanisme. Natuur en landschap zijn dan als het ware 'mee te verkopen' bij bijvoorbeeld het voedselproduct of de recreatieve dienst, waardoor de producent een meerprijs kan vragen (Zie figuur 3). Er ontstaat dan een mechanisme voor financiering van natuur en landschap (Westerink et al, 2015).

In de deskresearch zal een uitgebreide inventarisatie van de verdienmogelijkheden in natuur en landschap worden beschreven op basis van bestaande literatuur. In bijlage II vindt u de mindmap Verdienen aan Groen met mogelijkheden om geld te verdienen aan groen (in natuur en landschap) uit het essay van Stratum & Liefland 2012 (Stratum & Liefland, 2012). Na het lezen van het essay Verdienmogelijkheden in groen economisch perspectief en het rapport Waardevol Groen, kan men concluderen dat het bij verdienmogelijkheden in de natuur en in het landschap gaat om mogelijkheden 'om geld te verdienen aan natuur en cultuurlandschap' (Kamerbeek, 2012), (Stratum & Liefland, 2012). Onder verdienmogelijkheden uit de vrijetijdsbesteding in natuur en cultuurlandschap wordt in deze thesis verstaan: 'de mogelijkheden om inkomsten te genereren bij de vrijetijdsgebruiker door middel van vrijetijdsbestedingen in natuur en cultuurlandschap in Salland'.

2.1.4 Het businessmodel Canvas

Een businessmodel beschrijft de grondgedachte van hoe een organisatie waarde creëert, levert en behoudt (Osterwalder & Pigneur, 2009). Volgens Osterwalder en Pigneur (2009) kan een businessmodel het best omschreven worden door middel van negen basisbouwstenen die de logica laten zien van hoe een bedrijf geld wil gaan verdienen. Klantsegmenten, waardeproposities, kanalen, klantrelaties, inkomstenstromen, key-resources, kernactiviteiten, keypartners en kostenstructuur. De negen bouwstenen omvatten vier hoofdgebieden van een onderneming, namelijk: klanten, aanbod, infrastructuur en financiële levensvatbaarheid.

Linder en Cantrell (2000) omschrijven een businessmodel als: 'The organization's core logic to create value' (Linder & Cantrell, 2000). Volgens Kemperman, Geelhoed en Op 't Hoog (2014) kan een businessmodel beschreven worden door antwoord te geven op de vraag: 'Wat biedt de organisatie, waarom, aan wie en op welke manier creëert ze daarmee waarde voor alle betrokkenen?' (Kemperman et al, 2014).

Er kan worden geconcludeerd dat bovenstaande definities van een businessmodel allemaal het begrip 'waarde' bevatten. Vanuit bovenstaande definities kan dus worden gesteld dat een businessmodel inzichtelijk maakt op welke manier een organisatie waarde creëert en voor wie. Osterwalder en Pigneur (2010) voegen hieraan toe dat een businessmodel het best kan worden omschreven door middel van negen basisbouwstenen: klantsegmenten, waardeproposities, kanalen, klantrelaties, inkomstenstromen, key-resources, kernactiviteiten, keypartners en kostenstructuur. Zie bijlage III Bouwstenen Canvas Model voor een uitgebreide beschrijving van de bouwstenen. Het doel van dit onderzoek is om een nieuw businessmodel te ontwikkelen met de nadruk op het onderdeel verdienmodel en waardepropositie. Om deze reden wordt in dit onderzoek de definitie en het

businessmodel Canvas van Osterwalder et al. (2009) gehanteerd, omdat zij in hun definitie extra aandacht leggen op het verdienonderdeel en de waardepropositie.

Het businessmodel Canvas

Het model van Osterwalder 2009 beschrijft vijf businessmodelpatronen op basis van belangrijke concepten in de businessliteratuur. Patronen zijn businessmodellen met dezelfde kenmerken, dezelfde rangschikking van bouwstenen of dezelfde gedragingen: ontbundeld businessmodel, long tail, multi-sided platforms, free, open businessmodel. Zie bijlage IV voor een beschrijving van de patronen.

Het waardepropositie model

In dit onderzoek zal de focus liggen op de bouwsteen 'waardepropositie' van het businessmodel Canvas. Het Waarde Propositie Model helpt waarde te creëren voor de klant. Het Waarde Propositie Model (Value Proposition Canvas) van Alexander Osterwalder en Yves Pigneur is een verdieping op het businessmodel Canvas. In dit model wordt specifiek ingezoomd op de klantsegmenten en de waardepropositie. Het Waarde Propositie Model bestaat uit het ontwerpen van een klantprofiel en een waardenkaart. Met het klantprofiel breng je de wensen en behoeften van een bepaald klantsegment in kaart. De waardenkaart beschrijft vervolgens welke waarde je voor de klant wil creëren. Als het klantprofiel en de waardepropositie op elkaar aansluiten, bereik je een 'fit'. (Osterwalder et al, 2014). Volgens Osterwalder (2014) beschrijft een waardepropositie de voordelen die klanten kunnen verwachten van een verzameling producten en diensten. Voor een uitgebreide beschrijving van het Waarde Propositie Model zie bijlage V.

2.2 Operationalisering kernbegrippen

Operationaliseren is het proces van het vertalen van abstracte begrippen in concreet meetbare termen (Baarda, 2009). In de bijlagen VI, VII, VIII, en IX zijn de kernbegrippen die in dit hoofdstuk zijn besproken geoperationaliseerd in de vorm van een boomdiagram.

Deze kernbegrippen staan allemaal met elkaar in verband in het onderzoek. Een businessmodel is een handige tool om de verdienmogelijkheden in kaart te brengen, zodat zij geïmplementeerd kunnen worden. Een verdienmodel is onderdeel van een businessmodel en laat de wijze zien waarop een bedrijf zijn geld verdient. De waardepropositie is hierin belangrijk, wat levert het verdienmodel voor toegevoegde waarde. De landschapsbeleving in het agrarische cultuurlandschap kan zorgen voor een waardepropositie. Wanneer de landschapsbeleving optimaal is en dus waarde levert, kan dit resulteren in mogelijke nieuwe verdienmodellen.

3. Methodologische verantwoording

3.1 Doelstellingen

Adviesdoelstelling

Het adviesdoel is om nieuwe inkomstenbronnen te creëren voor Stichting Kostbaar Salland vanuit het vrijetijdsgebruik, om hiermee te investeren in het behoud en het beheer van het landschap.

Adviesvraag

Hoe kan Stichting Kostbaar Salland nieuwe inkomsten genereren uit het vrijetijdsgebruik van het cultuurlandschap in Salland door toeristen/recreanten om hen daarmee een bijdrage te laten leveren aan het behoud en beheer en inrichting van dit attractieve cultuurlandschap?

Onderzoeksdoelstelling

Het doel van het onderzoek is het in kaart brengen van de mogelijkheden om inkomsten te genereren bij de vrijetijdsgebruikers van het landschap om door middel van dit inzicht aanbevelingen te doen over een nieuw verdienmodel aan Stichting Kostbaar Salland.

3.2 Aanpak deskresearch

3.2.1 Hoofd- en deelvragen

Bij de deskresearch zijn de volgende hoofd- en deelvragen behandeld:

In welke mate zijn (potentiële) vrijetijdsgebruikers bereid te betalen voor landschapsgebruik?

Welke doelgroepen in het vrijetijdsgebruik van het landschap zijn er?

Welke doelgroepen zijn kansrijk en bereid om te betalen voor het vrijetijdsgebruik van het Sallandse landschap?

Welke wensen en behoeften heeft deze doelgroep?

Welke vormen van vrijetijdsgebruik kunnen leiden tot inkomsten?

Voor bovenstaande deelvragen is een documentenanalyse gedaan. Hierbij is vooral gezocht naar bestaande documenten. Het gaat hierbij om de bereidheid van vrijetijdsgebruikers te betalen voor het landschap, beschrijvingen van leefstijlen en waarden en belangen van de doelgroepen die belangrijk zijn voor Stichting Kostbaar Salland. Er wordt gebruikgemaakt van het BSR-model. Deze uitkomsten zijn gebruikt als input voor het vormgeven van het veldonderzoek en het focusgroeponderzoek.

De zoektermen die aan bod komen zijn: 'segmentatie modellen', 'BSR-model', 'bereidheid betalen vrijetijdsbesteding', 'waardepropositie verbeteren', 'vrijetijdsgebruiker', 'leefstijlen vrijetijdsgebruiker', 'leefstijlen toerist', 'landschapsbelevingen', 'bereidheid betalen voor belevingen', 'verdienmogelijkheden vrijetijdsbeleving', 'verdienmogelijkheden landschap en natuur' en 'verdienmodellen algemeen'.

3.2.2 Zoekmethoden

Bij de deskresearch is gebruikgemaakt van de volgende zoekmachines:

www.scholar.google.com, www.saxionbibliotheek.nl, www.google.com, www.books.google.nl, Sneeuwbalmethode. Om de betrouwbaarheid en kwaliteit van de zoekresultaten te beoordelen zijn de AAOCC-criteria gebruikt (Kapoun, 1998). AAOCC staat voor Accuracy, Authority, Objectivity, Currency en Coverage. Deze begrippen worden toegelicht in bijlage X.

3.2.3 Analysetechnieken

Voor de deskresearch heeft de onderzoeker op basis van belangrijke waarden, die elke keer naar voren kwamen in het onderzoek, een inventarisatie gemaakt van de mogelijkheden. De gevonden documenten zijn geanalyseerd en gekoppeld aan de centrale begrippen.

3.3 Aanpak veldonderzoek

Bij dit onderzoek is er gebruikgemaakt van een open onderzoeksvraag. Om deze vraag te beantwoorden is er gekozen voor een kwalitatief onderzoek. Het doel is om te achterhalen welke succes- en faalfactoren er zijn met betrekking tot verdienmodellen en ervaringen van de experts op het gebied van landschap en natuur. Ook is het doel van het veldonderzoek vooral het ontwikkelen van nieuwe ideeën en niet het beschrijven van vastgelegde ideeën (Baarda, 2009).

3.3.1 Hoofd- en deelvragen

De hoofd- en deelvragen voor het veldonderzoek luiden als volgt:

Welke mogelijkheden zijn er om de vrijetijdsgebruiker te laten betalen voor het gebruik van het landschap?

Wat zijn kritische succes- en faalfactoren van andere landschapsorganisaties betreffende het benutten van verdienmogelijkheden vanuit het vrijetijdsgebruik?

Welke financieringsbronnen gebruiken andere landschapsorganisaties die betrokken zijn bij het beheer en onderhoud van landschappen?

Wat is de mening van experts op het gebied van landschappen, gekeken naar de verkregen onderzoeksresultaten uit het desk- en veldonderzoek?

Voor de eerste hoofdvraag en de twee bijbehorende deelvragen zijn er semigestructureerde interviews afgenomen met soortgelijke organisaties en deskundigen werkzaam in de landschapssector. Voor de laatste hoofdvraag heeft er een focusgroepgesprek plaatsgevonden met landschapsadviseurs en deskundigen werkzaam in de landschapssector, waarbij naar ideeën en meningen gevraagd werd betreffende de managementvraag en het desk- en veldonderzoek.

3.3.2 Onderzoeksstrategie

Voor de bovenstaande hoofdvraag en bijbehorende deelvragen is gekozen voor een benchmark met andere landschapsorganisaties. Dit onderzoek is op zoek naar kritische succes- en faalfactoren over financieringsbronnen voor Stichting Kostbaar Salland bij andere organisaties. Hiervoor is de onderzoeker op zoek gegaan naar ervaringen van experts in het werkveld. Door middel van interviews zijn de desbetreffende personen ondervraagd. Voor een benchmark is gekozen omdat op deze manier onderzocht kan worden wat andere landschapsorganisaties doen op het gebied van verdienmodellen. Benchmarking is het vergelijken en meten van bedrijfsprocessen in de eigen organisatie met de best practices van andere organisaties (Evans, Campbell & Stonehouse, 2010). Benchmark is gericht op organisaties in de landschapssector. Het doel van benchmark is om succes- en faalfactoren van andere

organisaties in kaart te brengen om hiermee de prestaties van andere organisaties te vergelijken en te meten met Stichting Kostbaar Salland.

Om de laatste hoofdvraag te beantwoorden is er een focusgroepgesprek gehouden. Hierbij wordt met een groep deskundigen een gericht groepsgesprek gevoerd. Er is gekozen voor een focusgroep omdat respondenten zo op elkaar kunnen reageren en met elkaar in discussie kunnen gaan. Door middel van een groepsgesprek kunnen de eerste mogelijkheden van het eerste desk- en veldonderzoek getoetst worden op herkenbaarheid en validatie (Baarda, 2009). Daarnaast geldt dat de respondenten samen nadenken over eventuele aanvullingen en mogelijkheden en eigen ideeën kunnen inbrengen. Dit is erg nuttig voor de onderzoeker, aangezien zij al over veel kennis beschikken en op deze manier een duidelijke kijk hebben op de haalbaarheid van het uiteindelijke advies. Sterke punten van een focusgroepgesprek zijn gelegen in de efficiëntie van de techniek. Ten eerste levert het veel materiaal op dat direct betrekking heeft op het onderzoek. Ten tweede is de groepsinteractie een efficiënte manier voor het genereren van ideeën. Ten derde kan gesteld worden dat door middel van de groepsinteractie niet alleen opvattingen, handelingen en drijfveren boven tafel komen, maar ook de totstandkoming daarvan (Selm & Wester, 2006).

Bij kwalitatief onderzoek is betrouwbaarheid en validiteit van belang. Er dient gebruik te worden gemaakt van betrouwbare methoden om de betrouwbaarheid en validiteit te waarborgen. Om de betrouwbaarheid van het onderzoek te vergroten is de gehele focusgroepsessie opgenomen met behulp van een memorecorder. Hierdoor kon de onderzoeker achteraf de opnames net zo vaak beluisteren als gewenst, zodat de controle op de kwaliteit van de focusgroepsessie maximaal is. Wanneer de focusgroepsessie gegevens oplevert die gewenst en bruikbaar zijn voor het afstudeeronderzoek, kan de validiteit als voldoende worden beschouwd.

3.3.3 Waarnemingsmethoden

Voor benchmark is gekozen voor het houden van semigestructureerde interviews. Een interview wordt gebruikt om erachter te komen wat mensen weten, denken, voelen en willen betreffende bepaalde onderwerpen, personen of gebeurtenissen (Baarda et al, 2013). Er is gewerkt met een topiclijst, waarin de onderzoeker opende met een beginvraag, waarbij de topics en subtopics zijn besproken en eindigde met een eindvraag. De topiclijst is een tussenvorm van een gestructureerd interview met vaste vragen en een open, ongestructureerd interview. Het interview is face-to-face en individueel afgenomen met de respondent. Zie bijlage XI voor de topiclijst.

De onderzoeker heeft door desk- en veldonderzoek best practices gevonden voor Stichting Kostbaar Salland. In het focusgroepgesprek zijn deze mogelijkheden aangevuld en besproken door de deskundigen. De onderzoeker heeft de tijd genomen om de mogelijkheden en vragen door te nemen met de respondenten en heeft de respondenten de ruimte gegeven hierover te praten, te discussiëren en aan te vullen. Tijdens het gesprek is er gebruikgemaakt van een interview guide. De respondenten hebben individueel de mogelijkheden uit het eerste desk- en veldonderzoek beoordeeld. Hierna is er een discussie gevoerd met de groep, waarbij de onderzoeker actief meedeelde, de groep aanstuurde en ervoor heeft gezorgd dat iedereen zijn haar mening heeft kunnen geven.

3.3.4 Selectie onderzoekseenheden

Voor het uitvoeren van het onderzoek is het belangrijk om te weten wie de respondenten zijn. Dit worden ook wel onderzoekseenheden genoemd. Wanneer de populatie waar iets over gezegd moet worden te groot is, is het te veel werk om alle eenheden van die populatie in het onderzoek te betrekken (Baarda, 2009)

De organisaties en de te ondervragen personen zijn in overleg met Stichting Kostbaar Salland gekozen. De overige organisaties/regio's zijn aan de hand van de volgende criteria geselecteerd.

1. De organisaties hebben in de ideale situatie vergelijkbare kernkwaliteiten, zoals die van Stichting Kostbaar Salland.
 2. De te ondervragen organisaties moeten veel kennis hebben op het gebied van verdienmogelijkheden in de vrijetijdsbesteding.
 3. De organisaties bezitten over succesvolle verdienmodellen en/of kennis hierover en willen dit delen.
- De volgende personen zijn benaderd en wilden meewerken aan de interviews:

1. De heer E. Jongsma, Landschap Overijssel;
2. De heer H. Rodijk, beleidsadviseur ruimtelijk ordening gemeente Raalte;
3. Mevrouw B. Keijzer, ondernemer, op dit moment werkzaam voor de gemeente Raalte en Kracht van Salland, is lange tijd subsidiecoördinator geweest voor een aantal gemeenten, kennis op allerlei vlakken van het landelijk gebied en financiën;
4. De heer. G. Heerwaarden, seniorbeleidsmedewerker Landschappen.nl;
5. De heer L. Dolmans, directeur van Stichting Onze Waal;
6. De heer J. Tjabringa, Stichting SPLIJ;
7. De heer G. Lier, docent/onderzoeker plattelandsontwikkeling Saxion.

Bij het focusgroeponderzoek zijn landschapsdeskundigen, gemeenten, soortgelijke stichtingen en organisaties met hetzelfde vraagstuk of met kennis over het te onderzoeken vraagstuk benaderd. Het gaat hier dus om een gerichte steekproef. De keuze van de onderzoekseenheden zijn gebaseerd op theoretische overwegingen. Er is dus geen steekproef getrokken op basis van toeval, maar er is gericht gezocht naar eenheden die het best aansluiten bij de kennis die verkregen moet worden (Baarda et al, 2013). De volgende respondenten zijn benaderd en wilden meewerken aan het focusgroepgesprek:

Tabel 1: Respondenten focusgroep

Respondenten focusgroeptoverleg	Werkzaam bij
Dhr. Hens Runhaar	Hoogleraar 'Beheer van biodiversiteit en agrarisch landschap' aan Wageningen Universiteit.
Dhr. Dirk Strijker	Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen aan de Rijksuniversiteit Groningen
Dhr. Harry ten Have	Eigen groenadviesbureau Ten Have
Mw. Gerdien Kleijer	Projectleider Natuur & Milieu, omgeving Utrecht
Mw. Astrid Bennink	Landschapsarchitect

3.3.5 Analysetechnieken

Bij een kwalitatieve analyse is het belangrijk dat je van tevoren niet weet waar je uitkomt. Je kunt altijd voor verrassingen komen te staan, maar bij een kwalitatieve benadering moet je hiervoor openstaan. Kwalitatieve gegevens vormen vaak een verzameling van opgeslagen gespreksfragmenten of geregistreerde documenten of verslagen. Het is handig om eerst alle onderzoeksgegevens om te zetten in Word-bestanden (Baarda, 2009). De onderzoeker heeft deze gegevens verzameld en verwerkt. Deze 'transcripten' en gespreksfragmenten van de interviews zijn op de bijgeleverde usb-stick opgeslagen. Vervolgens heeft de onderzoeker de informatie opgedeeld in fragmenten en de resultaten gecodeerd, waarbij labels worden toegevoegd aan de fragmenten. Hierna zijn de labels axiaal gecodeerd en zijn er centrale begrippen toegevoegd. Hierna heeft de onderzoeker de fragmenten onder elkaar gezet en samengevat. Het focusgroepgesprek wordt opgenomen en er zal een samenvatting worden gemaakt die apart van de interviews weergegeven is. Meningingen, aanvullingen en tips over de mogelijke verdienmodellen van de respondenten zijn hierbij belangrijk.

Als laatste is het erg belangrijk om de geldigheid van het kwalitatief onderzoek te bevorderen. Baarda (Baarda, 2009) noemt vijf manieren om de geldigheid te bevorderen. Binnen het onderzoek wordt er gebruikgemaakt van verschillende databronnen. Er is dus sprake van triangulatie van databronnen. De methoden die binnen dit onderzoek worden gebruikt, zijn onder andere literatuuronderzoek, deskresearch en veldonderzoek door middel van interviews en een focusgroepgesprek. De combinatie van de verschillende soorten databronnen maakt de uiteindelijke informatie die dit onderzoek zal opleveren betrouwbaar en waardevol om te gebruiken voor de analyse. Voor deze thesis zijn de volgende vormen van controle gebruikt: Audit trail: Het bijhouden van een logboek om duidelijk te maken hoe de informatie is verkregen, en Peer debriefing: Het werk door niet direct bij het onderzoek betrokken collega's laten lezen.

3.4 Volgorde binnen het onderzoek

Tabel 2: Volgorde onderzoek

<i>Stap</i>	<i>Wat</i>	<i>Resultaat</i>	<i>Input voor</i>
<i>Stap 1</i>	Literatuuronderzoek	Definities en kernbegrippen	Input voor thesis en advies
<i>Stap 2</i>	Documentenanalyse	Ervaringen/beschrijvingen/ bestaande informatie over de doelgroep	Input voor advies
<i>Stap 3</i>	Organisaties interviewen	Ideeën en mogelijkheden verzamelen	Input voor vormgeven focusgroep Input voor advies
<i>Stap 4</i>	Focusgroepgesprek	Ideeën en mogelijkheden verzamelen en toetsen	Input voor advies

4. Onderzoeksresultaten

Dit hoofdstuk geeft de resultaten van het desk- en veldonderzoek weer. In paragraaf 1 wordt de documentenanalyse beschreven. Paragraaf 2 beschrijft de resultaten van de interviews en in paragraaf 3 leest u de samenvatting van het focusgroepgesprek.

4.1 Documentenanalyse

Er is een documentenanalyse verricht om te kijken in welke mate vrijetijdsgebruikers bereid zijn te betalen voor landschapsgebruik. Hierbij is gebruikgemaakt van bestaande documenten over vrijetijdsgebruikers waarmee de doelgroep is beschreven. Eerst wordt de waardepropositie van het Sallandse landschap beschreven; wat maakt het zo bijzonder om dit landschap te bezoeken. Hierna zal de doelgroep die het landschap bezoekt worden beschreven, alsook de mogelijke verdienmodellen. Zie bijlage XII voor de documentenanalyse.

4.1.2 Conclusies

Onderzoeksvraag: In welke mate zijn (potentiële) vrijetijdsgebruikers van het landschap bereid te betalen voor landschapsgebruik? Een positieve landschapsbeleving in het landschap bij vrijetijdsgebruikers ontstaat door de gebruikerswaarde, de belevingswaarde en de narratieve waarde van het landschap op elkaar af te stemmen. De doelgroepen die in natuur en landschap recreëren zijn te onderscheiden in 4 categorieën: activiteiten, oriëntatie op natuur, object van aandacht en motieven en gewenste beleving en ervaring. De grootste doelgroep in natuur- en agrarisch gebied zijn de wandelaars en de fietsers. Deze groep maakt tot voor kort gratis gebruik van het landschap. Deze doelgroep is 41 jaar en ouder of 61 jaar en ouder. Hieropvolgend komt de oudere doelgroep die 61 jaar en ouder is. Er wordt verwacht dat deze zal gaan toenemen in verband met de vergrijzing. Wensen en behoeften van deze doelgroepen zijn: gezelligheid en even ertussen uit zijn (ontspanning). Salland heeft veel te bieden op het gebied van recreatie en toerisme. Het gebied heeft een eigen identiteit. Er wordt al veelal gebruikgemaakt van het landschap om te wandelen en te fietsen. Deze groep wandelaars en fietsers is dus de grootste doelgroep en het meest kansrijk wanneer men kijkt naar mogelijke structurele financieringsbronnen. Deze vrijetijdsgebruikers zijn bereid te betalen wanneer er een beleving wordt toegevoegd die een meerwaarde is. Voordat de gebruiker de keuze maakt om een gebied te bezoeken, zijn de volgende kernwaarden van belang: kwaliteit van de groene ruimte, het landschap moet divers en afwisselend zijn, natuurlijk karakter en de aanwezigheid van water. Bekend is dat de vrijetijdsgebruiker bereid is te betalen voor horecagebruik en -verblijf in groene gebieden. Ook faciliteiten als parkeerplaatsen en/of belevingsconcepten werken als verdienmodel. Een grote meerderheid van de consumenten blijkt bereid te zijn om meer te betalen voor duurzame producten. Echter, voorwaarden hierbij zijn wel dat de consument bekend is met de opbouw van de prijs en zeker weet dat zijn extra betaalde geld aan verduurzaming wordt besteed (Duurzaamheidkompas, 2011).

Deelvraag 1: Welke doelgroepen in het vrijetijdsgebruik van het landschap zijn er? Om de deelvraag te beantwoorden is in eerste instantie gekeken naar het begrip doelgroep in het algemeen. Daarna is er specifiek gekeken naar de doelgroepen die in de natuur- en landschapsgerichte recreatie te onderscheiden zijn. Doelgroepen in de natuur- en landschapsgerichte recreatie zijn gebaseerd op de volgende dimensies of combinaties hiervan: activiteiten, oriëntatie op natuur, object van aandacht, motieven en gewenste beleving/ervaring. Om concrete maatregelen te nemen ten aanzien van de inrichting en het beheer van het landschap gericht op de wensen en behoeften van de doelgroep, wordt

er gekeken naar de volgende waarden: gebruikswaarde, belevingswaarde en narratieve waarde. Er zijn vijf recreatiemotieven te onderscheiden: gezelligheidszoekers, ontspanningszoekers, geïnteresseerd in het gebied, opgaan in planten- en dierenwereld en uitdagingszoekers. Het meest populair zijn de ontspanningszoekers met 34%, hierna komen de gezelligheidszoekers met 27%. Recreanten hebben vaak meerdere motieven.

De populairste activiteiten van recreanten in agrarisch gebied zijn wandelen, joggen en fietsen (wielrennen). De doelgroep eist kwaliteit van de groene ruimte en is op zoek naar belevingen. Belangrijk voor de kwaliteitswaarde van een landschap zijn de mate van diversiteit en afwisseling en de belevingssferen die er zich bevinden. De recreant wil zappen door het landschap. De grootst groeiende doelgroep zijn wandelaars en fietsers. De leeftijdscategorie 41–60 jaar is het grootst en daarna komt de leeftijdscategorie 61 jaar en ouder. Goede bewegwijzering zorgt voor kwaliteitsverhoging. Biodiversiteit, rust en ruimte zijn de belangrijkste kernwaarden bij deze doelgroep. De aanwezigheid van water verhoogt de belevingswaarde. Verschillende recreatietypen moeten elk een eigen terrein krijgen zodat ze elkaar niet storen. Gekeken naar het BSR-model voor dagrecreatie en vrijetijdsgebruik is de doelgroep van Salland onder te verdelen in gezellig lime, ingetogen aqua, rustig groen en ingetogen geel. Dat wil zeggen dat de Sallandse vrijetijdsgebruiker op zoek is naar ontspanning en waarde hecht aan vrijheid en rust. De Sallandse vrijetijdsgebruiker zoekt inspirerende activiteiten en is sportief en cultureel geïnteresseerd. De Sallandse vrijetijdsgebruiker verblijft graag in de eigen leefomgeving. Het zijn levensgenieters, actief en sportief, houden van lekker eten en leuke dingen doen. Zie bijlage XII voor een doelgroepanalyse van de Sallandse vrijetijdsgebruiker gebaseerd op het BSR-model.

Deelvraag 2: Welke doelgroepen zijn kansrijk en bereid om te betalen voor het vrijetijdsgebruik van het Sallandse landschap? Uit de documentenanalyse is gebleken dat er goed moet worden nagedacht in welke vorm de vrijetijdsgebruikers gaan betalen. Uit de documentenanalyse is gezocht naar de activiteiten die de doelgroep beoefent. Wandelaars en fietsers hebben het grootste aandeel in het agrarisch gebied. De leeftijdscategorie 41–60 jaar is het grootst en daarna komt de leeftijdscategorie 61 jaar en ouder. Dit zijn kansrijke groepen. Door het aanbod te verbeteren worden er meer doelgroepen aangetrokken en kunnen de inkomsten vergroot worden. Een op de drie mensen wandelt en fietst in natuur- en agrarisch gebieden gekeken naar de bevolkingsgroep die 41 jaar en ouder is. Hier liggen grote kansen. Ook bij de tweede belangrijkste doelgroep liggen kansen bij de doelgroep 61 jaar en ouder. Er wordt verwacht dat deze doelgroep in de toekomst nog verder zal toenemen in verband met de vergrijzing. De doelgroep tussen de 20 en 65 jaar neemt de komende jaren iets af. Volgens de prognoses van het CBS (CBS, 2015) zijn er in 2060 4,7 miljoen 65-plussers. 26% van de bevolking is dan ouder dan 65 jaar. Van dit percentage is 42% ouder dan 80 jaar. Er vindt een sterke vergrijzing plaats in de toekomst, dus deze potentiële doelgroepen zijn interessante groepen voor verdienmodellen in het landschap. Zie bijlage XIII voor de cijfers. De oudere doelgroep 65+ is kansrijk, omdat ze meer tijd te besteden hebben dan de jongere doelgroep omdat ze gepensioneerd zijn. Ze zijn actief en geïnteresseerd en recreëren het meest in agrarische landschappen. Gekeken naar de verdienmodellen uit het literatuuronderzoek zijn de volgende doelgroepen bereid om te betalen:

Recreanten: fairs, tentoonstellingen, parkeerplaatsen, faciliteitengebruik, spaarprogramma's

Toeristen: bijzondere verblijfsaccommodaties

Sporters: natuursporten
Scholen: lessen gebaseerd op natuur en/of sport in de natuur
Natuurliefhebbers: parkbezoek, donaties
Wandelaars: klompenpaden, themawandelingen, apps
Fietzers: belevingsroutes waarbij natuur centraal staat, apps
Horecabezoekers
Bedrijven: bedrijfsuitjes, vergaderingen
Ouderen: natuurtaxi
Vrijwilligers: natuurwerkdagen

Deelvraag 3: Welke wensen en behoeften heeft deze doelgroep? Er kan gekeken worden naar de motieven van recreatief gedrag en ingespeeld worden op de wensen van een specifieke doelgroep. Er zijn vijf verschillende groepen te onderscheiden, namelijk:

- Gezelligheid
- Ertussenuit
- Interesse voor gebieden
- Opgaan in planten- en dierenwereld
- Uitdaging

Door een aanbod te creëren voor een van de bovenstaande groepen ontstaan er kansen om de bereidheid om te betalen te vergroten. Door bijvoorbeeld recreatieve wandel- en fietsroutes aan te leggen speel je in op de wensen en behoeften van de motiefgroepen 1 en 2 en zal men in de toekomst eerder bereid zijn om te betalen. Dit zijn tevens de motieven die het vaakst worden gebruikt voor bezoek aan landschap. Motiefgroep 3 kan vergroot worden door een samenwerking aan te gaan met de basisscholen om de kinderen iets te leren over de natuur en over de speelmogelijkheden. Voor motiefgroep 4 liggen er in eerste instantie minder kansen. Dit kunnen vrijwilligers zijn bij natuurorganisaties. Voor de uitdagingzoekers liggen er tevens veel kansen. Er even tussenuit is het motief van 34% van de vrijetijdsgebruikers van het landschap. Gezelligheid is het motief van 27% van deze doelgroep.

De doelgroep vrijetijdsgebruikers is op zoek naar belevingen en inspirerende activiteiten. Biodiversiteit is erg belangrijk wanneer deze doelgroep een landschap bezoekt. Ook de kwaliteit van het groen is dan een meerwaarde om het landschap te komen bezoeken. Een natuurlijk uiterlijk is erg belangrijk voor deze doelgroep. Ook de aanwezigheid van water wordt op prijs gesteld. Het zijn levensgenieters en ze bezoeken graag horecagelegenheden, gaan uiteten of zitten op het terras. Wanneer deze verdienmodellen aanwezig zullen zijn in een landschap, zal men deze bezoeken of zal dit de reden zijn om langer te verblijven op die plaats. Het liefst is deze doelgroep niet te ver weg van de eigen woonomgeving.

Het landschap moet afwisseling bezitten en de vrijetijdsgebruiker wil kunnen zappen door het landschap. Toegankelijkheid in de vorm van goede bewegwijzering, nette paden en faciliteiten zorgen voor een betere beleving van het bezoek. De doelgroep is graag actief, fietst of wandelt en is ook cultureel geïnteresseerd. Wat de doelgroep erg belangrijk vindt, is rust en ruimte en vrijheid.

Deelvraag 4 Welke vormen van vrijetijdsgebruik kunnen leiden tot inkomsten? In de documentenanalyse zijn er diverse vormen te vinden die leiden tot inkomsten. Het wandelen en fietsen

zijn erg populaire activiteiten in agrarisch gebied. Dit blijkt ook uit de cijfers van de documentenanalyse. Echter, wanneer er moet worden betaald, moet er iets worden toegevoegd aan de activiteiten. Belangrijk hierbij is het belevingsaspect en de toegevoegde waarde van het landschap. De volgende vormen van vrijetijdsgebruik gevonden door de onderzoeker bij het volbrengen van de documentenanalyse kunnen leiden tot inkomsten:

In sport en recreatie: buiten bewegen, gidsen en routes, belevenissen, groene recreatie

Publiekstrekkingen: publiekstrekkingen en horeca, horeca investeert in natuur, bezoekerscentra (Kamerbeek, 2015).

Bezuinigen: arbeid, aanbesteden terreinbeheer/concessie, doelen bijstellen of meer in rendement denken.

Oogsten: verzilveren bestaande waarden: branden, entreegelden, groengarantie, grondstoffen en producten als landbouw, biomassa of lokale producten, verkopen/verpachten van grond/vastgoed.

Nieuwe activiteiten/nevenactiviteiten: natuur is onderwerp: excursies, landschapservaringen, kinderkampen, verkoop kennis door middel van workshops, opleidingen en lezingen, natuur is voorwaarde: klimaatlandschap, begraafplaats, eigen horeca: camping, café, restaurant, natuur is decor: sport/recreatie, huizen bouwen, wellness, fairs, cultuur, evenementen, golfbaan.

Toevalstreffer: gasverdeelstation.

Geld krijgen: vrijwillige bijdrage, constructies, subsidies (Stratum & Liefland, 2012).

De volgende mogelijkheden zijn gevonden ter aanvulling van de verdienmodellen: streekproducten, apps met beleving, landschapsevenementen, natuurspaarprogramma's, natuurtaxi en entreegelden vragen voor de natuur. Zie bijlage XIV voor een uitwerking van deze aanvullende opties uit de literatuur.

4.2 Interviews

Er zijn interviews afgenomen met verschillende landschapsorganisaties en de gemeente Raalte. Om structuur te geven aan het interview heeft de onderzoeker een topiclijst opgesteld en gebruikt bij het afnemen van de interviews. De codeboom is te vinden in bijlage XV.

4.2.1 Samenvatting interviews

De interviews zijn gecodeerd en uiteindelijk samengevat. De transcripten, gespreksfragmenten en de codering kunt u vinden op de bijgeleverde usb-stick. De samenvatting van de interviews is te vinden in bijlage XVI.

4.2.2 Conclusies

In de conclusies wordt er antwoord gegeven op de onderzoeksvraag en deelvragen.

Onderzoeksvraag: Welke mogelijkheden zijn er om de vrijetijdsgebruiker te laten betalen voor het gebruik van het landschap?

Deelvraag 1: Wat zijn kritische succes- en faalfactoren van andere landschapsorganisaties betreffende het benutten van verdienmogelijkheden (vanuit het vrijetijdsgebruik)? Uit de interviews kwamen de volgende belangrijke succes- en faalfactoren naar voren:

Tabel 3: Succes- en faalfactoren

Succesfactoren	
Iets toevoegen aan het landschap	Kleinschalige projecten
Betrokkenheid landschap	Persoonlijk contact
Verbinden van mensen	Delen van inhoudelijke kennis/gebiedskennis
Uitbesteding	Inzet vrijwilligers
Betaalde krachten	Evenementen: avontuurlijke evenementen, foodfestivals, waterfestivals
Natuurwerkdag	Buurtaanpakken
Landschapshotel: lodges in de natuur	Fuseren
Grootschalige bedrijven	Zichtstallen: stallen die men kan bezichtigen
Sponsors	Streekproducten
Customer intimacy	Communities of practice
Uniek zijn	Ondernemers
(Landschaps)belevingen: verhaal vertellen, historie	Cultuurhistorie
Vrijtijdsgebruikers	Crowdfunding
Ervaringen delen	Authenticiteit
Bereidheid betalen landschap	Eigen bijdrage ondernemers
Themadagen	Gezamenlijke websites (ijsseldelta.nl)
Samenwerkingen, samenwerkingsovereenkomsten	Klantenbinding
Apps: belevingsapps	Biodiversiteit
Projecten	Marketing
Horeca	Streekproducten
Wandelroutes/fietsroutes met beleving	Betaalde stilteplekken
Duurzame bouw	Naamsbekendheid Salland vergroten, actieplan toerisme & recreatie
Streekrekening	Agrariërs: in de vorm van overnachten, workshops, streekproducten, gidsen.
Waterschap: projecten en initiatieven met water	Landschapsveilingen
Biomassa	Rente-inkomsten (cofinanciering)
Groene fietsen	Wandelaars, fietsers
Scholen: kinderen	Ouderen
Faalfactoren	
Alleen vrijwilligers	Toeristenbelasting
Vanzelfsprekendheid landschap	Huidige bijdrage van landschapsgebruikers
Technische oplossingen	Afhankelijkheid subsidies
Individueel richten op de vrijetijdsgebruikers	Direct geld vragen aan vrijetijdsgebruikers
Eigenaarschap	Meekrijgen agrariërs/ondernemers
Tijd	Geld
Kennis	Waarde van het landschap
Prijskaartje van het landschap	Seizoenen

Deelvraag 2: Welke financieringsbronnen gebruiken andere landschapsorganisaties die betrokken zijn bij het beheer en onderhoud van landschappen?

Tabel 4: Financieringsbronnen

Huidige financieringsbronnen	
Tegemoetkomingen gemeente	Provinciale organisaties
Subsidies	Postcodeloterijgeld
Projecten	Fondsen
Overheden	Vrijwilligers
Vrienden van	Vrijwillige bijdrages

Toekomstige financieringsbronnen	
Fuseren	Overheden
Provinciaal gericht i.p.v. landelijk	Lokale ondernemers
Landschapshotel	Sponsoren
Vrienden van de stichting	Diepgaande relaties met sponsoren
Legaten	Biomassa
Projecten	Buurtgericht

Potentiële financieringsbronnen	
Toeristenbelasting	Landschapsbeleving
MVO: voeding, biodiversiteit	Betrokkenheid
Landschap	Vrijwillige bijdrage
Naamsbekendheid	Streekrekening
Agrariërs	Evenementen
Waterschap	Biomassa
Rente-inkomsten	Politiek
Gemeente	Opstartende ondernemers

Uit de interviews met de verschillende landschapsorganisaties en de gemeente Raalte zijn verschillende verdienmodellen naar voren gekomen. Er is duidelijk te zien dat het belangrijk is om een uniek concept op te zetten waar draagvlak voor is of waar draagvlak voor kan worden gecreëerd. De kennis over landschapsbeheer en Stichting Kostbaar Salland in zijn algemeenheid is erg matig. Hierdoor neemt de kans op bijdragen of hulp van individuen te krijgen sterk af, omdat zij eigenlijk niet weten wat de stichting precies doet en waarom het belangrijk is om met z'n allen voor het landschap te zorgen. Uit de interviews is gebleken dat het direct vragen van een prijs voor landschapsgebruik bij de vrijetijdsgebruiker niet wordt ondersteund bij de ondervraagde landschapsdeskundigen. Het landschap is vanzelfsprekend. Wanneer er een financieringsbron moet worden gevonden, is het volgens de ondervraagde deskundigen belangrijk om mensen aan elkaar te linken. De lokale ondernemers zullen stap 1 moeten zijn, zij hebben direct contact met de vrijetijdsgebruiker. Stichting Kostbaar Salland staat niet direct in contact met de vrijetijdsgebruiker. De ondernemers bezitten kennis en kennen de markt en weten hoe om te gaan met de marketing. Belangrijk hierbij is vertrouwen en diepgaande relaties. Door te informeren kunnen zij samen zorgen voor het landschap. Een kritische succesfactor is het verbinden van partijen. We denken te gauw in technische oplossingen, maar de kennis over het landschap moet eerst onder de aandacht komen bij de ondernemers. Om succesvolle maar ook vooral

duurzame relaties aan te gaan is betrokkenheid belangrijk voor zowel de samenwerkingspartners als de vrijetijdsgebruikers. Door middel van themadagen en/of evenementen kan er op een efficiënte manier een netwerk worden onderhouden.

Er moet goed worden gekeken naar wat de doelgroep vrijetijdsgebruiker precies wil en wenst. Een van de motieven om landschap te bezoeken is bijvoorbeeld rust. Voor rust zou men dan ook willen betalen. Een verdienmodel hierbij zou een stilteplek kunnen zijn. Dit is uniek omdat je een eigen privéplek reserveert waarbij rust en ruimte wordt verzekerd. Themadagen kunnen zorgen voor verbintenissen tussen partijen. Potentiële financieringsbronnen die naar voren kwamen uit de interviews zijn: een landschapshotel waarbij men overnacht in lodges in het landschap; mensen betalen voor overnachtingen en zouden hierbij een goed doel kunnen steunen. Het aanspreken van grootschalige bedrijven kan wanneer er diepgaande relaties worden opgebouwd die zorgen voor structurele samenwerkingen en financieringen. Sponsors kunnen interessant zijn voor Stichting Kostbaar Salland. De sponsor wil duurzaam te werk gaan en steunt hierbij een goed doel en de stichting kan een wederdienst tonen door uitingen over het bedrijf. Legaten kunnen een interessante doelgroep zijn voor de stichting. Wanneer er affectie is met het landschap, zullen zij wellicht bereid zijn om een gedeelte van hun nalatenschap achter te laten voor de natuur. Het verkopen van een landschapsbeleving in het landschap is een verdienmodel. Landschapsbeleving vertelt een verhaal, bijvoorbeeld over de historie van het landschap.

Het heuvelrijke Sallands landschap is optimaal voor wandelaars en fietsers. Langs deze wandel- en fietsroutes zou men streekproducten kunnen verkopen die verbonden zijn met het landschap. Het verkopen van streekproducten wordt veelal gedaan, wanneer men bijvoorbeeld wandelt door het landschap. Men kan verse melk bij de boer kopen; dit zorgt voor een authentieke beleving. Salland kent veel wandel- en fietsroutes. Een van de ondervraagden gaf aan dat het een mogelijkheid kan zijn om samen te werken met de organisaties die deze routes ontwikkelen. Hierbij zou er extra geld kunnen worden verkregen door de verkoopprijs van de boekjes te verhogen. Ook zouden agrariërs langs deze routes zichtstallen, workshops, gidsen kunnen aanbieden aan deze vrijetijdsgebruikers. Buurtaanpakken zorgen voor betrokkenheid met het landschap vanuit de lokale burger. Vrijwillige bijdragen zijn verdienmodellen. Er is bereidheid tot betalen wanneer er een goed verhaal wordt verteld en je onderscheidend bent. De streekrekening werd ook genoemd als verdienmodel. Een vrij nieuw verdienmodel is landschapsevenementen. Als je jonge mensen aantrekt, kun je ze vaak op oudere leeftijd terugverwachten. In Salland, het gebied dat tussen Deventer en Zwolle in ligt, zouden avontuurlijke evenementen kunnen worden georganiseerd, bijvoorbeeld op het kanaal. Voor de oudere doelgroep die voornamelijk wandelt en fietst in het landschap kan het interessant zijn om een foodfestival te bezoeken. De doelgroep van Salland bestaat uit bourgondiërs die van rust en ruimte houden. Hierop zou een evenement met eten en drinken ook goed kunnen aansluiten. Dan is er nog de bekende natuurwerkdag die nu op 100 locaties wordt georganiseerd, waarbij men wilgen knot, riet maait en bomen snoeit. Zo wordt er verbinding met het landschap gecreëerd. Een mogelijk verdienmodel is het betrekken van scholen bij het landschap. Kinderen worden zo bewust gemaakt van het feit dat beheren belangrijk is. De stichting kan hier een financieringsbron uit halen. Verschillende projecten en initiatieven met water kunnen een verdienmodel opleveren volgens de respondenten. Als laatste werd er de optie rente-inkomsten genoemd waarbij de stichting een gedeelte van haar inkomen vrij kan stellen voor projecten en hierover rente ontvangt. Dat gaat makkelijk en snel volgens de

respondent. Een actieplan voor toerisme en recreatie dat Salland en de stichting goed in de markt zet is een vereiste wanneer er nieuwe verdienmodellen moeten worden gevonden. Het is belangrijk dat er dan op één kenmerk wordt gefocust zodat er één boodschap wordt verspreid. Vanuit de interviews kan worden geconcludeerd dat de toeristenbelasting al erg hoog is en dit niet als een kans wordt gezien. Wanneer men dit wel verhoogt, is men bang dat de ondernemer of de consument afhaakt. De huidige financieringsbronnen van de ondervraagde organisaties zijn nu: fondsen, overheid, postcodeloterijgelden, provincie, provinciale organisaties en gemeente. Landschap is belangrijk en landschapsbeheer is noodzakelijk om het landschap intact te houden. Daar was iedereen het mee eens. Een potentieel verdienmodel zou de politiek kunnen zijn. Door het hoger op de agenda te plaatsen wordt er meer bewustwording gecreëerd.

Alle ondervraagden gaven aan liever onafhankelijk te zijn van de overheden. In de toekomst denken zij dit te kunnen verwezenlijken door middel van diepgaande relaties aan te gaan met lokale ondernemers. Wellicht een fusie, zodat organisaties kunnen samenwerken en er minder kosten zijn. Ook gaven ze aan dat het uitbreiden van een 'vrienden van'-financieringsbron hoog op de agenda staat. Hiermee worden particuliere donaties bedoeld. De ondervraagden gaven wel aan dat de overheid altijd een rol zal blijven spelen in de financiering, maar dat zij altijd zoekende zijn naar nieuwe financieringsbronnen.

4.3 Focusgroepgesprek

Op donderdag 1 september 2016 is het focusgroepgesprek gehouden met landschapsdeskundigen. Voor dit gesprek is gebruikgemaakt van een interview guide, zie bijlage XVII. In dit gesprek heeft de onderzoeker de mogelijkheden uit het desk- en veldonderzoek laten toetsen en aanvullen. Op de bijgeleverde usb-stick vindt u het transcript en het gespreksfragment van het focusgroepgesprek. Hieronder volgt eerst een samenvatting van de resultaten, hierna is de conclusie geschreven.

4.3.1 Resultaten

De hoofdvraag van het focusgroepgesprek is: 'Wat is de mening van experts op het gebied van landschappen, gekeken naar de verkregen onderzoeksresultaten uit het desk- en veldonderzoek?' De onderzoeker heeft normaal eerst samenvattend toegelicht waarover het onderzoek gaat en wat de bedoeling is van het gesprek, zodat ieder goed is geïnformeerd. Hierna begon de voorstelronde. Zie de samenvatting van het focusgroep gesprek in bijlage XVIII.

4.3.2 conclusie

Hoofdvraag focusgroepgesprek: 'Wat is de mening van experts op het gebied van landschappen, gekeken naar de verkregen onderzoeksresultaten uit het desk- en veldonderzoek?'. Het is erg lastig om concreet te kunnen vertellen wat nou precies het verdienmodel is vanuit de vrijetijdsgebruiker, vonden alle respondenten van deze focusgroep. Het komt erop neer dat er samenwerkingen nodig zijn om inkomsten te verkrijgen uit deze doelgroep. De deskundigen vertelden dat wanneer zij een landschap bezochten ze verschillende motieven hebben, maar of ze bereid waren om te betalen voor landschap, dat vonden ze lastig aan te geven. Het werd erg logisch gevonden om te betalen voor een overnachting of een consumptie in het landschappelijk gebied. De deskundigen waren van mening dat de stichting niet rechtstreek geld kan krijgen van de vrijetijdsgebruiker. Ze zouden moeten gaan samenwerken met ondernemers of een beleving moeten creëren in het gebied. Erg belangrijk bij zo'n samenwerking is de toegevoegde waarde voor de ondernemer. Er zijn verschillende kansrijke

mogelijkheden genoemd in het focusgroepgesprek waarbij zoveel mogelijk naar het Sallandse landschap is gekeken:

Tabel 5: Potentiële verdienmodellen

Verdienmodellen	Wel	niet
Weidemelk (streekproduct), waarbij een percentage naar landschapsbeheer gaat (2%)	Het heeft een authentiek karakter en vertelt een verhaal.	Klein initiatief. Het is niet structureel, en is niet landschapdekkend.
Een algemene heffing	Een algemene heffing is een verdienmodel die grootschalig kan worden ingezet, en als men naar Salland kijkt zou dit met een jaar kunnen worden gerealiseerd.	De overheid, de gemeenten, het gebied willen zich meer terugtrekken. Er zal meer bewustwording moeten komen over hoe belangrijk beheer van het landschap is.
Een algemene kortingspas	Door de pas aan te schaffen krijgt men korting bij bijvoorbeeld een kopje koffie langs de fietsroute.	Soort van heffing; de ondernemer verliest hier geld aan.
Vrienden van club (25 euro in het jaar, de leden ontvangen boekjes en informatie over van alles en nog wat in het landschap)	De naamsbekendheid wordt vergoet en mensen komen naar het gebied en krijgen waardering voor de stichting.	Er is nog weinig naamsbekendheid. Om deze leden te werven zal er veel naamsbekendheid en vermarkting moeten komen van Salland.
Doorgaande wandelroutes in Salland: natuurtaxi Doelgroep ouderen boven de 60: kapitaalkrachtige groep graag dicht bij huis	Mensen willen na een lange wandeling in Salland graag terug naar hun beginpunt waar hun auto staat of naar het station. Door het aanbieden van een taxi speel je hierop in.	Kleine doelgroep.
E-bike	De opkomst van de E-bike zorgt voor meer fietsers. Door nieuwe soort fietsroutes aan te bieden met een percentage dat naar het landschap gaat, ontstaat een nieuw verdienmodel.	Kleine doelgroep.
Bijzondere verblijfsconcepten	Door verblijfsconcepten aan te passen aan de natuur waarin het zich bevindt, wordt een unieke beleving aangeboden waar men voor wil betalen.	Arbeidsintensief.
Natuurbegraafplaats	Een verdienmodel in het landschap waarbij men in de natuur wordt begraven	Dit moet goed gecoacht worden.
Leegstaande agrarische bebouwing	Voor ondernemers die nieuwe kansen zoeken om iets op te starten.	Het unieke karakter van de bebouwing moet behouden blijven of iets toevoegen aan het landschap.

Bij elk verdienmodel zijn verschillende criteria genoemd in het focusgroepgesprek waar rekening mee moet worden gehouden. Het verdienmodel moet uniek zijn; een unieke beleving zorgt voor welwillende betalende vrijetijdsgebruikers en trekt mensen naar het gebied. Er moet grootschalig gedacht worden.

Afspraken moeten worden gemaakt met gemeenten en per gebied op het niveau van Salland. Wanneer een nieuw verdienmodel draagvlak heeft, dan zal er een goede coaching moeten zijn. Een van de deskundigen gaf aan dat Salland zichzelf niet goed vermarkt. Bij een nieuw verdienmodel moet er dus aan worden gedacht dat er structureel wordt vermarkt zodat het niet tijdelijk is. Een landschap is volgens de respondenten non-exclusief, er kunnen geen toegangshekken met entree worden geplaatst en er moet worden gezorgd dat het landschap niet lijdt aan nieuwe verdienmodellen. De instandhouding van de authenticiteit van het landschap en de bebouwing moet vooropstaan, want dit zorgt voor de identiteit van het landschap. Als men kijkt naar de oudere doelgroep, is dit een kapitaalkrachtige doelgroep. Een van de respondenten vond dat er geld genoeg is en met het KGO-beleid kunnen nieuwe initiatieven gemakkelijker in een gebied worden gerealiseerd. Ook werd genoemd dat het belangrijk is om naar de seizoensafhankelijkheid te kijken.

5. Verschillen/overeenkomsten analyse verdienmogelijkheden

In onderstaand tabel is weergegeven welke verdienmodellen uit zowel literatuur- als veldonderzoek met elkaar overeenkomen of verschillen. Door middel van kleuren is aangegeven of de belevingsdimensies uit de twee onderzoeken elkaar versterken.

Tabel 6: Analyse verdienmodellen

Verdienmodellen	Literatuuronderzoek	Veldonderzoek
Wandelroutes	V	V
Wandel-app	V	V
Landschapsevenementen	V	V
Natuurtaxi	V	+/-
Bijzondere verblijfsconcepten	-	+/-
Streekproducten	V	+/-

Legenda

	Niet versterkt
	Gedeeltelijk versterkt
	Helemaal versterkt

5.1 Beantwoording hoofdvraag

Hoofdvraag: 'Hoe kan Stichting Kostbaar Salland nieuwe inkomsten genereren uit het vrijetijdsgebruik van het cultuurlandschap in Salland door toeristen/recreanten om hen daarmee een bijdrage te laten leveren aan het behoud en beheer en inrichting van dit attractieve cultuurlandschap?'

Om deze hoofdvraag te beantwoorden is zowel desk- als veldonderzoek verricht. Uit deze onderzoeken is een aantal mogelijkheden gekomen die in het focusgroepgesprek zijn aangevuld en besproken. De volgende mogelijkheden kwamen het sterkst naar voren naar aanleiding van het desk- en veldonderzoek en zijn gericht op het Sallandse landschap. De onderzoeker heeft deze verdienmodellen voorgelegd in het focusgroepgesprek aan de experts op het gebied van landschappen. Uiteindelijk is de onderzoeker tot deze lijst gekomen. Op basis van het desk- en veldonderzoek wordt geconcludeerd dat de volgende mogelijkheden aantonen op welke manier er geld kan worden verdiend aan de vrijetijdsgebruiker van het landschap in Salland.

- ✚ Gidsen en routes: wandelroutes met beleving
- ✚ Plattelandstoerisme: recreëren en/of verblijven bij de boer
- ✚ Apps met beleving: voor wandelaars
- ✚ Landschapsevenementen: buiten bewegen, foodfestivals en/of waterfestivals
- ✚ De natuurtaxi
- ✚ Bijzondere verblijfsconcepten
- ✚ Streekproducten

Ook kwamen er belangrijke waarden naar voren in het veldonderzoek. De deskundigen in het focusgroepgesprek benadrukten dat het belangrijk is om uniek te zijn wanneer er een nieuw verdienmodel wordt opgezet. De volgende lijst met belangrijke waarden is ontstaan.

Betrokkenheid landschap

Verbinden van mensen

- ✚ Persoonlijk contact
- ✚ Authenticiteit
- ✚ Klantenbinding
- ✚ Naamsbekendheid
- ✚ Uniek zijn

Geconcludeerd uit alle drie onderzoeken en de analyse waarbij is gekeken welke verdienmodellen in zowel het desk- als veldonderzoek elkaar versterken, zijn de volgende vier mogelijkheden het best passend bij het Sallandse landschap en de stichting: natuurtaxi, wandelroutes, natuurevenementen en streekproducten. Uit de onderzoeken is gebleken dat er veel succesverhalen bestaan over natuurevenementen bij bestaande landschapsorganisaties en/of recreatieondernemingen. Ook is dit een goede kans om kennis uit te wisselen en mensen bewust te maken van het feit dat het landschap niet vanzelf beheerd wordt. Door bewustwording en kennismaking met organisaties zouden goede financieringsmogelijkheden kunnen ontstaan. Streekproducten kwamen tijdens het onderzoek meerdere malen naar voren. In de documentenanalyse en ook in het focusgroepgesprek met landschapsorganisaties werd dit model genoemd als kansrijk voor de Sallandse streek. In de documentenanalyse werd het vertellen van een verhaal tijdens een tocht genoemd als verdienmodel. Dit samen met het gegeven dat het Sallandse landschap al over heel veel wandelroutes beschikt, kwam dit verdienmodel ook terug in de focusgroep als sterk kansrijke mogelijkheid. De hoofddoelgroep van het Sallandse landschap bestaat voornamelijk uit ouderen. Om de natuur toegankelijk te laten zijn voor iedereen is de natuurtaxi een goede verdienmogelijkheid. Er zijn veel doorgaande wandelroutes waarbij een taxi naar de bestemming wel gewaardeerd zou worden, volgens de respondenten uit het focusgroepgesprek.

6. Validiteit en betrouwbaarheid

6.1 Betrouwbaarheid

De mate waarin een meting onafhankelijk is van toeval is de betrouwbaarheid van het onderzoek. Toevalligheden kunnen gelegen zijn in: de onderzoeker, de dataverzamelmethode en de onderzoekssituatie. Dit worden de toevalsbronnen genoemd (Baarda et al, 2013). Hieronder worden deze drie criteria verder uitgewerkt.

De onderzoeker

Tijdens de gesprekken heeft de onderzoeker zich objectief en open opgesteld. Voorafgaand aan het focusgroepgesprek en de individuele interviews met experts op het gebied van landschap heeft de onderzoeker de respondenten informatie toegestuurd over het desk- en veldonderzoek, zodat zij voldoende ingelicht waren over het onderwerp. Dit heeft geholpen bij het gesprek doordat er niet te veel vragen waren bij de respondenten. De onderzoeker heeft tijdens het gesprek verschillende voorbeelden moeten geven, waardoor de context opgehelderd werd. Dit zorgde voor een ontspannen sfeer. Het kan zijn dat de respondenten beïnvloed werden door de voorbeelden. Het is echter niet controleerbaar in hoeverre dit is gebeurd.

De dataverzamelmethode

Met zowel de individueel geïnterviewden als de respondenten uit de focusgroep is een week voor het gesprek kennism gemaakt. Daarbij is aan hen voorgelegd wat er onderzocht moest worden en of ze mee wilden doen. Er zijn verschillende topiclijsten gebruikt voor de individuele interviews en het focusgroepgesprek, omdat beide een andere uitkomst moesten opleveren. De groep is geselecteerd door de onderzoeker met behulp van de opdrachtgever en haar eerste examiner. Er is tijdens het gesprek gebruik gemaakt van een semi-open topiclist, waardoor er ruimte is om bij bepaalde antwoorden door te vragen. Hierdoor kan het zijn dat er bij herhaling andere gespreksonderwerpen naar voren komen. Dit maakt het onderzoek minder betrouwbaar. Toch was het een bewuste keuze om de vragen op deze manier te stellen, omdat de onderzoeker vooraf niet wist hoe het gesprek zou lopen en wat de respondenten als antwoorden zouden geven. De onderzoeker wilde op deze manier het gesprek openhouden.

De onderzoekssituatie

De onderzoeker heeft de individuele interviews in twee weken afgenomen. De ene keer was dit op het Saxion, de andere keer was dit op de werkplek van de respondent zelf. Wanneer een interview op het Saxion plaatsvond, waren de ruimtes voor de gesprekken vooraf gereserveerd. De respondenten hebben allen toestemming gegeven voor het opnemen van de gesprekken. Door het opnemen van de gesprekken heeft de onderzoeker zich volledig kunnen richten op de antwoorden van de respondenten en heeft hierbij kunnen doorvragen. De opnames hebben ondersteuning geboden tijdens het uitwerken van de gesprekken. Hierdoor is de betrouwbaarheid vergroot.

6.2 Validiteit

Voor een valide onderzoek is betrouwbaarheid een vereiste. Validiteit is het verzamelen van gegevens, het analyseren daarvan en het formuleren van conclusies die ons in staat stelt om juiste en waarheidsgetrouwe uitspraken te doen over het onderwerp van het onderzoek (Baarda et al, 2013).

Begripsvaliditeit

Als eerst wordt de begripsvaliditeit van het onderzoek besproken. Dit staat voor de mate waarin het onderzoek het juiste theoretische begrip meet waarin de onderzoeker geïnteresseerd is (Baarda et al, 2013). De onderzoeker wilde een uitspraak doen over hoe er nieuwe inkomsten kunnen worden gegenereerd uit het vrijetijdsgebruik van het cultuurlandschap in Salland door toeristen/recreanten om hen daarmee een bijdrage te laten leveren aan het behoud en beheer en inrichting van het landschap. Allereerst zijn de begrippen landschapsbeleving, agrarisch cultuurlandschap, businessmodel en verdienmodel gedefinieerd door middel van literatuur. Op basis van deze literatuur en definities zijn de begrippen geoperationaliseerd. Deze operationalisering diende als basis voor het onderzoeksgedeelte.

Interne validiteit

Interne validiteit wordt ook wel opgevat als de mate waarin de methoden en technieken van onderzoek ervoor zorgen dat resultaten en onderzoeksconclusies ook werkelijk het beoogde verschijnsel betreffen. Ofwel, is er inderdaad onderzocht wat er beweerd wordt dat er onderzocht is (Lucassen & Hartman, 2007). Er zijn keuzes gemaakt binnen het onderzoek die het onderzoek zowel minder valide als valide hebben gemaakt. Om de interne validiteit te bevorderen is er gebruikgemaakt van triangulatie. De onderzoeker heeft op verschillende manieren data verzameld. Zo heeft de onderzoeker gesproken met de landschapsorganisaties en een gemeente. Ook heeft de onderzoeker gebruikgemaakt van bestaande gegevens door een literatuuronderzoek en documentenanalyse uit te voeren. Ook is er een focusgroepgesprek afgenomen om de resultaten te toetsen. De gegevens uit deze bronnen komen voornamelijk met elkaar overeen, wat een grotere validiteit betekent. Ook heeft de onderzoeker heterogene organisaties uit verschillende gebieden gesproken, dit maakt het meer valide. Er zijn 7 respondenten geïnterviewd van verschillende landschapsorganisaties. Tijdens het focusgroepgesprek waren vijf experts op het gebied van landschap aanwezig. De respondenten stonden allemaal dicht bij het onderwerp van het vraagstuk. Alle gesprekken zijn opgenomen zodat er zo min mogelijk informatie verloren gaat. De informatie is gecodeerd en herverdeeld onder centrale begrippen, wat de validiteit vergroot.

Externe validiteit

Externe validiteit betekent dat de onderzoeksresultaten kunnen gelden voor de gehele populatie (Baarda et al, 2013). Over het algemeen waren de verschillende organisaties het met elkaar eens. Ook in het literatuuronderzoek kwamen deze meningen duidelijk naar voren. In de documentenanalyse kregen sommige mogelijkheden om geld te verdienen aan het landschap wel meer ondersteuning, maar andere juist weer niet. Het is erg lastig te concluderen dat die mogelijkheid dan niet geldt, maar voor de validiteit is gekozen voor zoveel mogelijk ondersteuning vanuit verschillende invalshoeken.

7. Advies

In dit hoofdstuk wordt advies gegeven aan Stichting Kostbaar Salland. Bij het advies horen ook de implementatie, de financiële onderbouwing en de conclusies en aanbevelingen.

7.1 Inleiding

Het adviesdoel is om nieuwe inkomstenbronnen te creëren voor Stichting Kostbaar Salland vanuit de vrijetijdssector. Hiermee kan worden geïnvesteerd in het behoud en het beheer van het landschap. In de afgelopen acht maanden is er onderzoek gedaan, en om dit onderzoek naar wens te laten verlopen is de volgende adviesvraag geformuleerd: 'Hoe kan Stichting Kostbaar Salland nieuwe inkomsten genereren uit het vrijetijdsgebruik van het cultuurlandschap in Salland door toeristen/recreanten om hen daarmee een bijdrage te laten leveren aan het behoud en beheer en inrichting van dit attractieve cultuurlandschap?'

Het managementprobleem ziet er als volgt uit. Stichting Kostbaar Salland zet zich in voor beheer en behoud van het landschap. Vanuit de overheid zal er langzamerhand minder geld binnenkomen, en dus is de stichting op zoek naar nieuwe verdienmodellen in het vrijetijdsgebruik om hun taken te kunnen blijven uitvoeren. De afgelopen maanden is onderzoek verricht naar mogelijke financieringsbronnen voor Stichting Kostbaar Salland vanuit het vrijetijdsgebruik. De uiteindelijke conclusie is dat het direct vragen van een vergoeding voor het landschap een stap te ver gaat. Indirect zijn er wel mogelijkheden. Er is nog weinig kennis bij de vrijetijdsgebruiker over het belang van het landschap en de kosten van het beheer.

De onderzoeker heeft verdienmogelijkheden gevonden waarbij er dient te worden samengewerkt en waardoor nieuwe belevingen ontstaan die van waarde zijn voor de vrijetijdsgebruiker en het landschap. Ook is gekeken naar andere experts in dit werkveld en worden succes- en faalfactoren vergeleken. Door middel van het desk- en veldonderzoek is naar voren gekomen dat het belangrijk is mensen te verbinden en kennis te verspreiden en samen te werken.

7.2 Alternatieven voor het advies

De mogelijkheden die het sterkst naar voren kwamen in de drie onderzoeken en het best aansluiten in het Sallandse gebied zijn:

7.2.1 Natuurtaxi

Vanuit het desk- en veldonderzoek kwam naar voren dat de hoofddoelgroep in het Sallandse landschap bestaat uit wandelaars en fietsers. Van deze wandelaars en fietsers is het grootste gedeelte 41 jaar en ouder met daaropvolgend de doelgroep 61 jaar en ouder. Deze oudere doelgroep wordt gezien als kapitaalkrchtig. In Salland zijn 140 gemarkeerde wandelroutes die goed zijn voor 735 kilometer aan gemarkeerde wandelpaden. Deze doorgaande wandelroutes hebben vaak een verschillend begin- en eindpunt. Vaak komen mensen met eigen vervoer en willen terug naar het punt waar hun auto staat of waar het station zich bevindt. Ook mensen die zelf geen vervoer hebben, zijn aangewezen op het openbaar vervoer. Hiervoor zou een natuurtaxi een uitkomst kunnen zijn. Het gaat hierbij om het aanbieden van een taxi die de wandelaars van het landschap van punt naar punt kunnen brengen. Hierbij kan het een mogelijkheid zijn om samen te werken met bestaande vervoersconcepten. Natuurorganisaties als Stichting Kostbaar Salland hebben wel behoefte aan logistieke ondersteuning, aangezien zij geheel uit vrijwilligers bestaan.

7.2.2 Wandelroutes

Vanuit de onderzoeken is naar voren gekomen dat er veel wandelroutes zijn in het Sallandse landschap. Eveneens is de doelgroep wandelaars een erg grote groep vrijetijdsgebruikers van het Sallandse landschap. Recreanten zijn op zoek naar belevingen. Door meer in te spelen op deze wensen en behoeften wordt geadviseerd wandelroutes te ontwikkelen met belevingsaspecten. Een telefoon meenemen tijdens een wandeling is niet alleen veilig, maar ook erg leuk. Er zijn steeds meer wandel- en natuurgerelateerde apps te vinden waarmee je een wandeling nog veel leuker kunt maken. Dit kan door middel van apps, Geocaching en schatzoeken. Maar ook bijvoorbeeld de welbekende klompenpaden of blotevoetenpaden kunnen voor Salland goed werken. Er is al een groot netwerk van wandelroutes in Salland aanwezig. Het advies zou dan ook zijn om een app te ontwikkelen waarbij de vrijetijdsgebruiker een klein bedrag betaalt voor landschapsbeheer aan Stichting Kostbaar Salland. Met dit verdienmodel zal ook de naamsbekendheid van Stichting Kostbaar Salland toenemen, hetgeen nu nog erg matig is volgens de onderzoeken.

7.2.3 Bijzondere verblijfsconcepten

De bereidheid om te betalen bij de vrijetijdsgebruiker is het grootst wanneer het gaat om overnachtingen. Een goed alternatief voor Stichting Kostbaar Salland is dan ook om samen te werken met ondernemers die accommodatieverschaffer zijn. Hierbij is het van belang om in gesprek te gaan met bestaande of zelfs nieuwe potentiële ondernemers die iets willen opzetten en hen de bewustwording van het landschapsbeheer in het Sallandse landschap overbrengen. Belangrijk hierbij is dat de authenticiteit van het landschap terugkomt in de accommodaties waardoor er een optimale landschapsbeleving ontstaat. Aangeraden wordt om hierbij met agrariërs te gaan samenwerken. Het plattelandstoerisme is in opkomst en het levert een unieke ervaring voor de toerist. Samen met deze agrarische ondernemers zou de stichting een verdienmodel kunnen opzetten wat betreft het overnachten in een boerderij. De stichting zal kunnen helpen bij de investering en in ruil hiervoor een percentage van de opbrengst kunnen vragen. De agrariërs weten dat ze hiermee het landschap helpen in stand te houden; dit geeft de onderneming een groen imago.

7.2.4 Natuurevenementen

Natuurevenementen zijn interessant voor Stichting Kostbaar Salland. Er zijn veel mogelijkheden. Te denken valt aan het zich richten op sport en bewegen en één zijn met de natuur. Ook scholen kunnen baat hebben bij lessen in de natuur. De grotere natuurevenementen kunnen zorgen voor veel naamsbekendheid en binding met het Sallandse landschap. Door zich te richten op de oudere doelgroep zal men in Salland het grootste draagvlak hebben. De doelgroep van Salland bestaat uit bourgondiërs. Aangeraden wordt dan ook om een soort van foodfestival op te zetten met de horecaondernemers in het gebied. Aan de andere kant zullen evenementen gericht op jongeren ervoor zorgen dat zij meer binding hebben met het landschap en dat zij op oudere leeftijd terug willen komen. Beide mogelijkheden zijn geschikt. Een evenement als bijvoorbeeld de natuurwerkdag waarbij nieuwe vrijwilligers worden aangetrokken, kan ook zorgen voor een grotere naamsbekendheid en netwerk voor Stichting Kostbaar Salland.

7.2.5 Streekproducten

Een logo op de verpakking van de producten kan zorgen voor herkenbaarheid van de stichting en levert naamsbekendheid op. Uit de documentenanalyse is naar voren gekomen dat consumenten en recreanten bereid zijn om meer te betalen voor lokale voedingsmiddelen. Ze zijn bereid een meerwaarde te betalen van 8% voor streekproducten, 10–15% voor biologische kruidenierswaren en zelfs 20–25% voor biologische versproducten. Dit verdienmodel werd tevens genoemd in het focusgroepgesprek. Het is een klein maar gewild initiatief dat veel coaching vraagt, maar een aanvullend verdienmodel kan opleveren voor de stichting.

7.3 Afweging en besluit

Om tot een weloverwogen advies te komen zijn de verschillende mogelijkheden afgewogen door middel van verschillende criteria. Om de alternatieven voor het advies te vergelijken zijn er toetsingscriteria opgesteld, zie tabel 4. Het advies moet haalbaar zijn binnen een tijdsperiode van twee jaar. Dit is de maximale looptijd, omdat de behoeften van de consument snel veranderen. Daarnaast moet het advies realiseerbaar zijn vanuit het financiële oogpunt. Het budget van Stichting Kostbaar Salland is maximaal €300.000,-. Ook moet de oplossing passen bij de doelstelling van Stichting Kostbaar Salland namelijk: duurzaam landschapsbeheer realiseren. Daarnaast is er gekeken naar de organisatorische haalbaarheid. Is Stichting Kostbaar Salland in staat om de oplossing uit te voeren. Ook wordt er gekeken naar de functionele haalbaarheid. Ofwel, passen de maatregelen bij de ruimtelijke omgeving van het landschap? Is het nieuwe verdienmodel winstgevend op lange termijn, dus is het structureel een inkomstenbron voor Stichting Kostbaar Salland? Er wordt per oplossing gekeken of het voldoet aan de criteria. Dit wordt gedaan door bij elk criterium een score te geven. Een toelichting op de onderstaande scores is te vinden in bijlage XIX.

Tabel 7: Afweging

Verdienmodel	Natuurtax i	Wandel-app	Bijzondere verblijfsconcepten	Natuurevenementen	Streekproducten
Criteria					
Haalbaar binnen twee jaar	2	2	1	2	2
Financieel realiseerbaar	2	2	1	2	1
Past bij doelstelling	1	2	1	1	1
Organisatorische haalbaarheid	1	2	1	0	2
Functionele haalbaarheid	1	2	2	1	2
Structureel	2	1	1	1	0
Totaal	9	11	7	7	8

2 = voldoet volledig 1 = voldoet gedeeltelijk 0 = voldoet niet

Uit de vergelijking in tabel 4 blijkt dat het advies 'wandel-app' voldoet aan de meeste criteria. Dit advies zal hieronder verder uitgewerkt worden. Aangezien het verschil in score tussen het verdienmodel natuurtaxi en wandelroute app erg klein is, zal er ook een opzet gegeven worden voor het advies 'natuurtaxi'.

7.3.1 Uitwerking advies: Wandelroute App

Uit de documentenanalyse is gebleken dat vrijetijdsgebruikers behoefte hebben aan belevingen in het landschap, afwisseling, rust en dat ze van wandelen houden. Ze zijn op zoek naar ontspanning. Door een app te ontwikkelen met wandelingen hoeven ze niet zelf te kiezen waar ze heen lopen en wordt alles aangegeven. De app werkt als een persoonlijke gids tijdens de wandeling. Door quizzen met vragen over dieren en planten en het landschap zal er een soort game ontstaan waarbij interactie met de natuur centraal staat en kennis wordt overgebracht. De Hoge Veluwe App is een voorbeeld van een belevingswandeling met een app georganiseerd door Stichting Het Nationaal Park De Hoge Veluwe. De app heeft verschillende routes die de gebruiker op eigen gelegenheid af kan leggen door Het Nationaal Park De Hoge Veluwe (Stichting Het Nationale Park De Hoge Veluwe, 2016). Zoals naar voren gekomen in het theoretisch kader, zal door een verbetering van de beleving de customer journey van de klant in het landschap toenemen in positieve mate. Een app kan zorgen voor een positieve beleving van het gebied. Dat het geld van de consument naar onderhoud en herstel van de natuur gaat speelt in op de trend maatschappelijk verantwoord te recreëren. Ook is de consument bereid meer te betalen voor een duurzaam initiatief, mits goed gecommuniceerd (Duurzaamheidkompas, 2011). Het advies is om een wandel-app te ontwikkelen voor de bestaande wandelroutes in en om de Sallandse Heuvelrug. De Sallandse Heuvelrug bevat heel veel fiets- en wandelroutes en uit de interviews met de experts kwam dit gebied naar voren als kansrijk voor Stichting Kostbaar Salland omdat het een trekpleister is. Wandelroute Sprengenberg is een wandelroute van 5,6 km door de Sallandse Heuvelrug (Stayokay, 2016). Ook de Sallandse Zandloper gaat door het Nationaal Park De Heuvelrug. De Sallandse Heuvelrug trekt per jaar maar liefst 1 miljoen bezoekers die veelal komen wandelen en genieten van de natuur en omgeving (Gelderman, 2011). Het advies is dan ook om voor deze wandelingen een wandel-app te ontwikkelen die de wandelaars extra beleving en interactie geeft. Er is gekozen voor dit gebied omdat het een groot publiek trekt en dus ook meer draagvlak zal hebben.

Het verdienmodel zal zorgen voor interactie tussen de gast en het landschap. Het zorgt voor meer zintuiglijke indrukken en meer afwisseling. Deze twee kernwaarden kwamen ook naar voren in het theoretisch kader en vormen een positieve landschapsbeleving. Door de wandel-app zullen de gasten veel beter op de hoogte blijven van alle historie en verhalen omtrent het Sallandse landschap. De quiz zorgt voor meer bezoekers op de website, aangezien mensen de antwoorden zullen opzoeken en uiteindelijk meer kennis over het landschap willen verwerven. Zo komen zij ook in aanraking met Stichting Kostbaar Salland. Daarnaast maken de informatiefilmpjes en de quiz het landschap interessant voor kinderen en/of kleinkinderen. Belangrijk voor de belevingswaarde van de wandel-app is dat het inspeelt op de zintuigen horen, zien, ruiken en voelen. Dit zorgt voor interactie en een landschapsbeleving tijdens het wandelen in de natuur. Dit kan worden georganiseerd door bijvoorbeeld bloemen ruiken, vogels herkennen en spoorzoeken.

Voordelen van een wandel-app voor de gebruiker

Aanvullende informatie, foto's en filmpjes verschijnen als buttons op de kaart. Als ze daarop klikken, krijgt men meer informatie over de omgeving. Dit zal een extra beleving opleveren voor de wandelaars en zal worden gezien als een meerwaarde. De ervaren wandelaars vinden een beborde route nog steeds de meest ontspannen manier om een route te lopen. Een combinatie van borden en een app voor het wandelen is het meest gewenst. De app op de mobiele telefoon biedt diverse voordelen ten opzichte van de wandelboekjes; namelijk de navigatie is duidelijk en de telefoon biedt extra belevingsopties ten opzichte van een boekje (Levendland, 2012).

Directe en indirecte gevolgen

Een direct gevolg van dit scenario is dat het meer interactie biedt tussen de vrijetijdgebruiker en het landschap, ook zal het meer naamsbekendheid voor de stichting opleveren. De wandel-app zorgt voor een totaalbeleving voor zowel kind als volwassene. Een indirect gevolg is het aantrekken van buitenlandse gasten; de wandel-app is in het Engels beschikbaar.

7.3.2 Bouwstenen

In deze paragraaf zijn de bouwstenen van het businessmodel Canvas ingevuld op basis van het nieuwe verdienmodel: de wandel-app.

Klantsegmenten: de hoofddoelgroep van het Sallandse landschap zijn wandelaars en fietsers van 41 tot en met 60 jaar en van 61 jaar en ouder. Dit is gebleken uit de documentenanalyse. Het verdienmodel zal zich ook voornamelijk op deze doelgroep moeten richten. Het gaat hierbij om leisure-wandelaars die de groene omgeving van Salland op een nieuwe manier willen verkennen. Het speelt in op de trend digitalisering. Het gevaar van het nieuwe verdienmodel is dat de kans bestaat dat de oudere doelgroep weinig kennis heeft wat betreft de digitale wereld. Voor deze mensen zal een korte introductie ze helpen kennis te maken met de wandel-app. Ook zal de stichting kunnen zorgen voor leentoestellingen, zodat de wandeling ook kan worden gedaan door mensen die geen smartphone bezitten.

Waardeproposities: de waardepropositie van Stichting Kostbaar Salland is het beheren en onderhouden van het landschap. Uit de onderzoeksopzet is gebleken dat vrijetijdsgebruikers willen betalen voor een beleving. Het bieden van een beleving vinden we ook terug in het nieuwe verdienmodel van Stichting Kostbaar Salland. De meerwaarde is dat de unieke wandel-app de bezoekers langs het hele natuurgebied begeleidt en alle zintuigen prikkelt. Tevens komt men te weten waar de horecagelegenheden zitten en waar wat te doen is. Het biedt dus een gids aan door het landschap.

Klantkanalen: via de website van Stichting Kostbaar Salland wordt de wandel-app online gezet. Dit vindt plaats via andere wandelroutes en routeboekjes en via andere websites die reclame kunnen maken voor de wandel-app van Stichting Kostbaar Salland. Een marketingcampagne zal worden opgestart met Salland Marketing.

Klantrelaties: de wandel-app is voor individuele gebruikers van het landschap die op eigen initiatief het landschap willen ontdekken. Dit is een voorbeeld van persoonlijke service. De wandelaars kunnen ook door de app het landschap op hun eigen manier ontdekken. Dit is een voorbeeld van een geautomatiseerde dienst. De app moet gemakkelijk zijn in gebruik en informatie bevatten over het landschap zodat het een meerwaarde is tijdens de wandeling.

Inkomstenstromen: inkomstenstromen van dit verdienmodel zijn de kosten voor het downloaden van de wandel-app en wellicht donaties die hieruit voortkomen. Er wordt geld verdiend door middel van het aanbieden van een service aan de wandelaar.

Key resources: door het vernieuwde businessmodel zijn de key resources ook veranderd. De nieuwe key resources zijn naast landschapsonderhoud ook het zorgen voor een beleving voor de vrijetijdsgebruiker en het hiermee aantrekkelijker maken van het landschap door middel van de app, de infowaarde die de app bezit over het landschap en de landschapsbeleving. Al deze factoren zijn essentieel voor het laten slagen van het vernieuwde businessmodel. Hierin zit heel veel innovatie.

Kernactiviteiten: belangrijk bij dit verdienmodel is om de wandel-app up-to-date te houden. Het vernieuwen van de informatie en het aanbieden van verschillende interactiewandelingen zorgt ervoor dat men terug wil komen om een nieuwe beleving te ondergaan. Deze activiteit is een inkomstenbron en zorgt voor meer bezoekers in het landschap. Door middel van promotie via social media en de website zal de wandel-app gepromoot worden om zo meer bezoekers te trekken.

Key partners: app-ontwikkelaars/specialisten, webdesigners, Landschap Overijssel, Salland Marketing, recreatieondernemers in het Sallandse landschap.

Kostenstructuur: alles draait om het creëren van een bepaalde beleving en het maximaliseren van de voordelen voor de gast door middel van gepersonaliseerde service en het gemak van de app.

De ontwikkeling van de app is een investering. Vanaf €20.000,- kun je een uitgebreide app laten maken (Appspecialisten, 2016). In deze prijsklasse is er meer maatwerk nodig en liggen de kosten hoger. Met name als er gegevens uit een externe informatiebron of database worden gehaald en worden weergegeven in de app, zorgt dit voor veel maatwerk. Daarnaast zorgen geavanceerde functionaliteiten er vaak voor dat zo'n app nog meer arbeidsuren kost om te maken. Uiteraard wordt deze investering ook beloond: door deze maatwerkaanpak zet je een unieke app in de markt die veel waarde toevoegt voor gebruikers. Overige kosten zijn: personeelskosten, ontwikkeling quizzes, onderhoud, promotiecampagnes, aanschaf leentoeystellen, afschrijvingen van de toestellen, vaste kosten en variabele kosten (Appspecialisten, 2016).

7.3.3 Opzet natuurtaxi

Het doel van de opzet van een natuurtaxi is om een nieuw verdienmodel te realiseren voor Stichting Kostbaar Salland. Hiermee kan men vrijetijdsgebruikers uit de omliggende steden aantrekken en de huidige wandelaars een extra service aanbieden. De doelgroep van de natuurtaxi is al bekend, namelijk met name wandelaars die terug naar de beginbestemming willen en niet willen lopen én de minder mobiele vrijetijdsgebruikers zonder eigen vervoer die de natuur willen bezoeken. Vooral ouderen vallen in deze categorie (Donders et al, 2011). Uit het veldonderzoek kwam naar voren dat dit een kapitaalkrachtige doelgroep is die bereid is om te betalen voor een extra service wanneer dit op hun wensen en behoeften inspeelt.

Door het aanbieden van een natuurtaxi op doorgaande wandelroutes speelt men in op de behoefte van de consument om op een toegankelijke manier van de natuur gebruik te maken (Goossens & Boer, 2008). Dit wordt al gedaan door bijvoorbeeld de NS-wandelroutes. Of in Rotterdam door middel van een watertaxi. De drie bekende wandelroutes, de Sallandse Zandloper (45km), het Sallandpad (130km) en het Schipbeekpad (85km), zijn erg geschikt voor deze dienst, omdat het hierbij gaat om lange afstanden waarbij begin- en eindpunt anders zijn. De huidige gebruikers van deze langeafstandswandelingen maken al gebruik van een reguliere taxi wanneer zij naar huis gaan, waarbij de tarieven hoog oplopen (Marketingoost, 2016). Er wordt dus ook verwacht dat er veel vraag naar is. Er wordt aangeraden om nader onderzoek te verrichten naar de wensen en behoeften van de doelgroep betreffende een natuurtaxidienst.

Nederlanders die wandelen geven jaarlijks in totaal bijna 1,7 miljard euro uit aan wandelen. Het grootste deel hiervan wordt uitgegeven aan vervoer naar het startpunt van de wandeling (494 miljoen euro), wandelkleding (347 miljoen euro) en wandelvakanties (322 miljoen euro). Het grootste gedeelte gaat dus uit naar vervoer. Hieraan is te zien dat een groot deel van de wandelaars bereid is om te betalen voor een dergelijke vervoersservice (Wandelnet, 2016).

Het advies is om de taxiservice op de website van Stichting Kostbaar Salland aan te bieden. Via apps kan de taxiservice worden gereserveerd tijdens het wandelen en via een telefoonnummer kan de natuur taxi besteld worden. De personen kunnen vanuit huis worden opgehaald, maar ook van een bepaalde plek in de natuur. Het advies is om samen te gaan werken met bestaande vervoersbedrijven, omdat deze al over de nodige kennis en ervaring beschikken en wellicht een samenwerking willen aangaan. De stichting zal samen met andere vervoersbedrijven, de gemeente Salland en de provincie Overijssel dit idee kunnen initiëren om gezamenlijk een investering te doen en dit initiatief verder uit te werken. Het groene karakter van de stichting zal een meerwaarde zijn bij deze dienst en er zal een percentage van de rit worden afgedragen aan de stichting voor landschapsbeheer.

7.4 Wat wordt geadviseerd aan Stichting Kostbaar Salland?

Vanuit de bouwstenen van het businessmodel Canvas is er gekozen voor een strategie die past bij Stichting Kostbaar Salland. Door in te zetten op het ontwikkelen van een wandel-app zorgt Stichting Kostbaar Salland dat de doelgroep wandelaars op een nieuwe manier kennis maakt met het Sallandse landschap. Het zorgt voor afwisseling tijdens het wandelen en dient als een gids voor de wandelaars.

Het is belangrijk aan te geven dat de missie en visie van Stichting Kostbaar Salland is om het landschap te beheren en te onderhouden. Dit zorgt voor een meerwaarde voor de wandelaar en voor een onderscheidend vermogen ten opzichte van andere smartphone-apps. Dit dient Stichting Kostbaar Salland dan ook duidelijk naar voren te brengen in de waardepropositie. De opbrengsten worden gegenereerd doordat vrijetijdsgebruikers de app downloaden op hun smartphone. Vanuit onderzoek is gebleken dat consumenten bereid zijn om te betalen voor landschapsbeleving. In het implementatieplan is dit verder uitgewerkt.

Welke weerstanden worden verwacht en op welke wijze wordt daarop geanticipeerd? Om de wandelaars mee te krijgen in het advies zijn er verschillende weerstanden te verwachten. Waarom moeten de vrijetijdsgebruikers bijvoorbeeld betalen voor deze wandel-app aan Stichting Kostbaar Salland? Weerstand heeft te maken met angst voor het onbekende, maar ook met je beknot voelen in je vrijheid. Het is belangrijk dat vooral de meerwaarde voor de betrokkene naar voren komt. De meerwaarde is dat ze zich door het downloaden van de app automatisch maatschappelijk verantwoord inzetten voor de natuur. Dat ze iets afdragen is ook in het voordeel van de wandelaar, het geld wordt namelijk gebruikt om de omgeving waarin de onderneming zich bevindt te beheren en in te richten, wat weer zorgt voor een aantrekkelijk landschap. Door dit zoveel mogelijk in de marketingstrategie naar voren te brengen, wordt verwacht dat men bereid is om een betaalde app te downloaden in plaats van een gratis dienst (Duurzaamheidkompas, 2011).

Afhankelijk van de situatie zijn er verschillende tactieken voor de adviseurs om met weerstand om te gaan (Lagerweij, 2014).

Benoemen: geef aan dat je weerstand voelt. Dit geeft de betrokkene de gelegenheid om te reageren en aan te geven wat de bezwaren zijn.

Erkennen: laat voelen dat je begrijpt dat je weerstand voelt en leg dingen duidelijk en helder uit. Dat maakt dat die persoon zich gehoord voelt. Dit zal een positieve invloed op de weerstand hebben of neemt zelfs een deel ervan al weg. Bijvoorbeeld bij ouderen die nieuw zijn met de technologie van een smartphone.

Bevragen: vraag waarom er precies weerstand wordt opgewekt bij de betreffende persoon. Dit kan Stichting Kostbaar Salland doen door middel van een enquête.

Vermijden: ga geen conflicten aan en ga er niet tegenin. Geef aan dat je er later nog een keer op terug zou willen komen. Dit kan je alleen gebruiken bij minder belangrijke situaties.

Draagvlak creëren: door draagvlak te creëren zorg je ervoor dat de betrokken partij onderdeel wordt van je plannen. Zorg ervoor dat het voor hen ook iets oplevert en leg dit duidelijk en helder uit. Dit geldt voornamelijk voor de recreatieondernemers die de app promoten.

7.5 Implementatieplan

1. Achtergrond: dit implementatieplan is ontstaan aan de hand van het onderzoek 'Nieuwe verdienmodellen in de vrijetijdssector in het landschap' dat is verricht door de student van de opleiding Hoger Toeristisch en Recreatief Onderwijs Lindsay Ehringfeld. Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van Stichting Kostbaar Salland en het doel is om inzicht te krijgen in de verdienmodellen. Het onderzoek is uitgevoerd bij verschillende landschapsorganisaties. Dit is gedaan om inzichtelijk te krijgen wat de ervaringen zijn van experts op het gebied van landschap. Dit traject moet ervoor zorgen dat de doelgroep vrijetijdsgebruikers voor een inkomstenbron kan zorgen en op welke manier dit met zo min mogelijk weerstanden kan plaatsvinden. In dit onderzoek is naar voren gekomen dat Stichting Kostbaar Salland zich moet richten op de doelgroep wandelaars. Hiervoor wordt geadviseerd om een wandel-app te ontwikkelen.

2. Projectdoel: het doel van dit verbetertraject is om nieuwe verdienmodellen te vinden in het vrijetijdsgebruik van het Sallandse landschap. Hierbij is gekeken naar hoe men meer mensen kan aantrekken om het landschap te bezoeken, om vervolgens de gebruikerstevredenheid van het landschap zo optimaal mogelijk te laten zijn en de beleving te verhogen.

3. Projectresultaten: vanuit het onderzoek is gebleken dat de vrijetijdsgebruikers niet bereid zijn om zomaar te betalen voor het landschap, aangezien landschap wordt gezien als iets wat ze vanzelfsprekend kunnen gebruiken. De consumenten zijn wel bereid te betalen, wanneer er een beleving aan het landschap wordt toegevoegd. Dit zal gestimuleerd worden door middel van een app die de recreant leidt langs verschillende wandelroutes en waarbij interactie met de natuur centraal staat. Aangenomen wordt dat het gevolgen heeft voor de gebruikerstevredenheid van het landschap en meer naamsbekendheid voor de stichting zal opleveren. Een optimale samenwerking met Salland Marketing is noodzakelijk om de verkoop van de app te stimuleren. Een resultaat van deze aanpak zal zijn dat de wandelaars in het Sallandse landschap bereid zijn om voor een afdracht aan Stichting Kostbaar Salland de app te downloaden. De opbrengst zal worden besteed aan het onderhoud en behoud van de natuur.

4. Aanpak en werkwijze: de aanpak is erop gericht om een nieuw verdienmodel te ontwikkelen om het onderhoud en beheer van landschap ook in de toekomst te kunnen blijven verrichten en uit te breiden. Stichting Kostbaar Salland stelt het landschap voorop en het verdienmodel mag het landschap dan ook geen schade toebrengen. Om het verdienmodel optimaal te laten functioneren moet het toegespitst zijn op de wensen en behoeften van de desbetreffende doelgroep. Dat zijn wandelaars in de leeftijdsgroep 41–60 jaar die op zoek zijn naar ontspanning, gezelligheid en beleving. Er kunnen weerstanden ontstaan bij de vrijetijdsgebruiker. Dit komt mede omdat niet iedereen over een smartphone beschikt en/of wil gebruiken. Maar er wordt verwacht dat er voldoende respons zal zijn bij de doelgroep die interactie en beleving wil.

Stap 1: integrale betrokkenheid: de eerste stap is het samenwerken met een appontwikkelaar. De stichting zal zelf uitzoeken welke interacties en mogelijkheden het best passen bij de doelgroep en wat voor manieren zij willen gebruiken voor de wandel app. De rol die beide partijen hierbij krijgen is het meedenken en beslissen over de vormgeving van de samenwerking.

Stap 2: in kaart brengen samenwerking: er zal een samenwerking worden aangegaan met een bureau dat apps ontwikkelt, alsook met Salland Marketing en de plaatselijke VVV om het volledige wandelnetwerk in beeld te krijgen. Uiteindelijk zal ook een promotieplan worden ontwikkeld samen met Salland Marketing dat zal meehelpen met de promotie van de wandel-app.

Stap 3: implementatieplan opstellen: dit zal een op maat gemaakt plan opleveren over de mogelijkheden van een app voor Stichting Kostbaar Salland, alsook over de betrokken partijen. Ook wordt er gekeken naar welke partijen er mogelijk meer kunnen aanhaken bij het opzetten van een marketingplan zoals de recreatie- en horecaondernemers.

Stap 4: communicatie: het opstellen van een implementatieplan en het in kaart brengen van de samenwerking geven geen garantie voor een succesvolle samenwerking. Een juiste communicatie tussen stap 1 en 3 is van essentieel belang. De betrokkenheid van de stichting bij het ontwikkelen is van belang om de app bij de stichting en het landschap te laten passen. Er moet voldoende worden gekeken of de app bij de beschreven doelgroepen past. In de bijlage XX vindt u een stappenplan voor het implementatieproject. Hierin zijn verschillende fases uitgewerkt met de daarbij horende acties en resultaten. Deze zijn verwerkt in een tijdsplanning.

7.6 Financiële onderbouwing

Een wandel-app ontwikkelen om de naamsbekendheid te vergroten en te dienen als nieuw verdienmodel brengt kosten met zich mee. De kosten kunnen worden omgezet in tijd, mensen en middelen.

Het inrichten van een app – de zogenaamde ontwikkelkosten – brengt naar verwachting personeelskosten met zich mee. En doordat het project tijd kost, kost het indirect geld. Stichting Kostbaar Salland bestaat uit een vrijwillig bestuur en heeft niet de mogelijkheid dit project uit te laten voeren door het bestuur zelf. Wel heeft het de voorkeur om nauw betrokken te zijn bij de wandel-app, aangezien de stichting over kennis en ervaring beschikt over het landschap en hierbij goed kan meedenken. Om een app te ontwikkelen zal ten eerste contact moeten worden gezocht met een appspecialist (een persoon die de app kan bouwen). In totaal kost dit €20.000,- voor een op maat gemaakte app (Appspecialisten, 2016). Hiernaast is het belangrijk dat de app verschillende informatiewaarde bevat over het landschap, maar ook zeker na verloop van tijd vernieuwd en aangepast wordt aan de seizoenen, verhalen, etc. Vooral in het begin zal er veel promotie moeten plaatsvinden, alsook de updates in de app. Aangenomen wordt dat het traject een jaar gaat duren (hierna zal het onderhoud door de stichting kunnen worden gedaan). Hiervoor zal een medewerker moeten worden aangesteld die betaald zal worden. Een gemiddeld uurloon van een webeditor is: €2600,- x 1 webeditor x twaalf maanden = €31.200,- (Nationale beroepengids, z.d.).

Communicatie tussen partijen kost tijd en indirect geld, bijvoorbeeld een bijeenkomst met de recreatiebedrijven in het gebied om te vragen of zij de app willen promoten voor de stichting waarbij een korte presentatie en introductie horen. Echter, dit is niet in geld uit te drukken. Wanneer er tijdens een overleg gebruik wordt gemaakt van een lunch, zullen de kosten doorbelast worden. Dit bedraagt €15,- per persoon volgens de banqueting map van Van der Valk Apeldoorn (Van der Valk, 2016). Aangenomen wordt dat dit per kwartaal wordt georganiseerd op strategisch niveau in het eerste jaar, waarvan drie afgevaardigden per partij aanwezig zijn (€15,- x 6 personen x 4 keer per jaar). Dat is €360,- in totaal.

Er wordt voor extra leentoeestellen een kostenpost berekend van ongeveer €1000,-. De leentoeestellen zijn te reserveren via de website van Stichting Kostbaar Salland. (€200,- x 5 leentoeestellen = €1000,-) (Consumentenbond, 2016).

Social media zullen worden ingezet om meer bekendheid te genereren voor de wandel-app. Er wordt aangeraden om actief te zijn op Twitter en Facebook. Er zal een promotievideo worden ontworpen door een extern reclamebureau die via de social mediasites naar buiten wordt gebracht. De kosten hiervoor bedragen €900,- (Mediabeat, 2016). Deze video zal ook op de website van Stichting Kostbaar Salland worden geplaatst. In de video wordt de nieuwe app gelanceerd en er zal verschillend beeldmateriaal worden geplaatst op de website. Tevens zal de website doelgroepsgericht worden gemaakt en bijgehouden door de webeditor. Promotiekosten van de app bedragen in totaal €900,-. Het uitvoeren van alle acties behorende bij het promotieplan van de wandel-app behoren tot de taken van de webeditor.

In totaal zal dit project €53.460,- (€20.000,- + €31.200,- + €360,- + €1.000,- + €900,-) bedragen. De investering moet zich uiteindelijk weer gaan terugverdienen via het nieuwe verdienmodel. In eerste instantie zal het een investering zijn, maar op de langere termijn wordt dit een duurzaam

verdienmodel. Om het nieuwe verdienmodel winstgevend te laten zijn worden de vrijetijdsgebruikers gevraagd om te betalen voor het downloaden van de app. Dit bedrag wordt geïnvesteerd in het onderhouden en beheren van het landschap in Salland. Via deze weg worden er verbindingen gelegd met de doelgroepen in het vrijetijdsgebruik van het landschap. Dit zorgt voor naambekendheid en binding met de stichting. Het downloaden van de wandel-app kost eenmalig €4,50. Om het kwartaal zullen er 3 nieuwe wandelingen op de app worden gezet. De stichting zal informatie op de app delen met de gebruikers en staat in het contact met de vrijetijdsgebruiker. De hieronder genoemde aantallen dienen als indicatief te worden beschouwd. De aantallen bezoekers zijn namelijk ieder jaar verschillend, het gaat hierbij dus om een schatting. Het Nationaal Park De Heuvelrug in Salland ontvangt jaarlijks 1 miljoen bezoekers. De hoofdactiviteiten van deze bezoekers zijn voornamelijk wandelen en fietsen. Als Stichting Kostbaar Salland een nieuwe app aanbiedt die als gids dient door het park en de landschappen in Salland, wordt verwacht dat minimaal 20% van deze bezoekers de app zal downloaden. Dat zijn 20.000 personen.

In totaal zal dit project €90.000,- ($€4,50 \times 20.000$) opleveren in het eerste jaar. Het project draagt bij aan het verhogen van de gebruikerstevredenheid van de vrijetijdsgebruikers van het Sallandse landschap. Ook zal de naamsbekendheid van Stichting Kostbaar Salland toenemen bij de doelgroep. Hierdoor kan een groot gedeelte niet in geld uitgedrukt worden. Daarentegen heeft het weldegelijk niet- financiële baten:

- De toegevoegde waarde van een wandel-app voor de gebruiker is dat het zorgt voor een landschapsbeleving, de app dient als gids en is een innovatieve manier om de natuur te ontdekken; voor de stichting is het naast het gegeven dat het een verdienmodel is ook belangrijk dat het de attractiviteit van het landschap verbetert;
- Samenwerkingen met recreatiebedrijven, naamsbekendheid;
- Imagoversterking;
- Tevreden interne gebruikers leiden mogelijk tot meer nieuwe gebruikers.

8. Nawoord

In dit hoofdstuk geef ik een reflectie over hoe ik het verrichten van deze thesis heb ervaren. Er wordt teruggeblikt op de planning en organisatie, samenwerking en communicatie met de opdrachtgever en examinerator. Tot slot reflecteer ik de waarde van de opdracht voor het vakgebied Toeristisch management. Er is rekening gehouden met de behoefte en de bijdrage van deze thesis.

Het afgelopen halfjaar heeft het Sallandse landschap en hierin de rol van Stichting Kostbaar Salland voor mij centraal gestaan. Voordat ik aan deze opdracht begon, was ik nog niet bekend met Stichting Kostbaar Salland. Met de begeleiding van mevrouw Barkel en de heer Flooren kwam ik steeds meer te weten over landschapsbeleving, beheer en onderhoud. De samenwerking met hen heb ik als zeer nuttig ervaren en gaf mij het gevoel dat ik er niet alleen voor stond. De eerste weken van dit project verliepen moeizaam. Het was moeilijk om te starten met een onderwerp waar ik op dat moment weinig van afwist. Ik wilde voldoen aan de verwachtingen van de begeleiders en legde hierdoor de lat hoog. Op dat moment wilde ik te veel doen en hierdoor ontbrak het overzicht van wat ik daadwerkelijk moest doen. Ik kon moeilijk mijn weg vinden in de theorie en de manier waarop ik het onderzoek moest verwoorden en beschrijven.

Voor mijn eerste onderdeel ontving ik een voldoende, maar ik moest meer de diepgang opzoeken. Dit had ik gedaan en ik had tevens een presentatie gegeven aan Stichting Kostbaar Salland over mijn onderzoek en de methoden. Ik kreeg veel nuttige feedback en opbouwende kritiek waardoor ik op het juiste pad belandde met dit onderzoek. Mocht ik dit onderzoek opnieuw uitvoeren, dan zou ik vaker contact opnemen met de opdrachtgevers en examinerator om gebruik te maken van hun expertise. Tijdens mijn thesis ben ik tegen een aantal belangrijke factoren aangelopen. Ik moest leren accepteren dat dingen niet altijd lopen zoals ik graag zou willen. Helaas is het mij niet gelukt voor het eerste inlevermoment het focusgroepgesprek te organiseren. In eerste instantie heb ik veel tijd besteed aan de interviews en het verwerken hiervan. Ik probeerde in die periode ook het focusgroeptoverleg in te plannen, maar in de praktijk ging dit lastiger dan verwacht. De gevraagde organisaties en personen konden niet op de voorgestelde data en ook nieuwe data liepen uit op niets. De experts konden er geen tijd voor vrijmaken. Toen ik aan mijn herkansing begon, heb ik tijdig contact opgenomen met een groot aantal organisaties en is het mij toch gelukt om een focusgroepgesprek in te plannen. Een andere factor waar ik tegenaan liep was dat ik bij tegenslagen gemotiveerd moest blijven. Dit was het geval bij momenten waarop het even tegenzat, zoals bij het niet volbrengen van mijn focusgroepgesprek. Na zo'n tegenslag moest ik steeds weer de motivatie vinden om verder te werken. Door het gebruik van mijn doorzettingsvermogen heb ik uiteindelijk toch de motivatie gevonden en het gewenste resultaat bereikt.

De volgende leerpunten heb ik voor mijzelf opgesteld:

- Accepteren dat niet alles gaat zoals ik graag zou willen en dat het niet erg is dat het niet voldoende is bij het eerste inlevermoment. Ik moet leren inzien dat ik op sommige situaties geen invloed heb, hoe druk ik me er ook om kan maken. Een volgende keer zal ik zo'n situatie eerder los moeten laten en me op andere onderdelen gaan richten.
- Zelfverzekerder zijn, soms kon ik me erg druk maken om bepaalde onderdelen van het onderzoek, waardoor ik vastliep. Een volgende keer zal ik rustig blijven nadenken en niet in paniek raken.

– Beter plannen waardoor ik ook meer contact opneem met mijn eerste examinerator en mijn opdrachtgever. Nu ik aan het einde van deze periode terugkijk, vind ik dat ik niet genoeg heb gemeld over de voortgang van de thesis. Dit kwam mede door een slechte planning.

Tot slot geef ik een reflectie op de waarde van de thesis en op de actuele behoeften in het vakgebied Toeristisch management. Landschapsbeleving is in de laatste jaren belangrijker geworden voor de consument. Dit is ook gebleken uit het onderzoek. Bij een terugtrekkende overheid, de opkomst van burgerinitiatieven en peer-to-peer toerisme, staan bestaande verdien- en financieringsmodellen onder druk. Dat vraagt om businessmodelinnovatie. Dit onderzoek geeft inzicht in een nieuw verdienmodel dat tevens uitgerold kan worden naar landschapsorganisaties elders in Nederland. Het landschap is een kerningrediënt bij toeristisch gebruik en beleving. Om regio's aantrekkelijk te houden moeten ze hun eigen landschappelijke identiteit en diversiteit behouden. Dat kan alleen als er blijvend geïnvesteerd wordt in aanleg, herstel en behoud van dit landschap. Deze thesis onderzoekt additionele inkomstenbronnen voor Stichting Kostbaar Salland om te kunnen blijven investeren en aantrekkelijk te blijven als landschap voor de toeristen. Er zijn veel stakeholders bij betrokken. De complexiteit zit in het vraagstuk: nieuwe businessmodellen voor landschapsgebruik. De impact van het advies is groot: het moet gericht zijn op de langere termijn en moet passen bij alle stakeholders.

Literatuurlijst

- ABN AMRO. (2014). Strategie en Kernwaarden. Gevonden op 18 juni 2016 op <http://www.abnamro.com/nl/about-abn-amro/our-strategy-and-values/index.html>
- Appspecialisten. (2016). De kosten van een app. Gevonden op 22 augustus 2016 op <https://www.appspecialisten.nl/kennisbank/de-kosten-van-een-app-laten-maken-zie-wat-andere-apps-hebben-gekost-van-%E2%82%AC-2500-tot-%E2%82%AC>
- Baarda, B. (2009). Dit is onderzoek! Handleiding voor kwantitatief en kwalitatief onderzoek. Groningen Nederland: Noordhof Uitgevers.
- Baarda B., Bakker, E., Fisher, T., Julsing, M., Peters, V., Van Der Velden, T. & De Goede, M. (2013). Basisboek kwalitatief onderzoek. Handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwalitatief onderzoek. Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers.
- Baarda, B (2014). Dit is onderzoek: Handleiding voor kwantitatief en kwalitatief onderzoek. Groningen/Houten: Noordhof uitgevers.
- Barkel, C. (2016). Gesprek opdrachtgever. (Lindsay, Interviewer)
- Beek, L. (2014). Nieuwe businessconcepten voor de natuur. Innovatienetwerk.
- Berg, A.E. van den (1999). Individual differences in aesthetic evaluation of natural landscapes . Groningen: Rijksuniversiteit Groningen. Berman, M., & Sok, J. (2009). *Welkom*. Kosmos Uitgevers.
- Berry, L.L., Wall, E.A., & Carbone, L.P.(2006). Service Clues and Customer assesment of the Service. Gevonden op 24 mei 2016 op lessons from marketing: http://omqrvtqm.apollohosting.com/new_wp2/downloads/Service_Clues__AMP__5-06_Berry_Wall_Carbone.pdf Boxem, E. v. (2014). *Beoordelen van de zoekresultaten*. Opgehaald van www.leren.saxion.nl.
- Buijs, A. E. & Kralingen, R. B. A. S. (2003). Het meten van beleving, inventarisatie van bestaande indicatoren en meetmethoden. Wageningen: Alterra. CBS. (2015). *Prognose bevolkingsamenstelling*. Den Haag: CBS statline.
- Chan, K. M. A. Guerry. A. D., Balvanera, P., Klain, S., Satterfield, T., Bostrom, A., et al. (2012). Where are cultural and social in ecosystem services. Bioscience, P 744-756
- Cloin, M., A. van den Broek, N. Sonck en A. Tiessen-Raaphorst. (2013). Natuur volgens de recreant. Gevonden op 3 Maart 2016 op <http://pretwerk.nl/topnieuws/natuur-volgens-de-recreant-en-de-beleidsmaker/31983>
- Coeterier, J.F. (2000). Landschapsbeleving. Alterra-rapport 209. Wageningen: Alterra, Research Instituut voor de Groene Ruimte
- Consumentenbond. (2016). *Beste budgetsmartphones*. Gevonden op 15 september 2016 op: <https://www.consumentenbond.nl/smartphone/beste-budgetsmartphones-tot-%E2%82%AC300-deel-3>
- Daniel, T. C., Muhar, A., Arnberger, A., Aznar, O., Boyd, J. W., Chan, K. M. a., et al. (2012) Contributions of cultural services to the ecosystem services agenda. Proceedings of the national academy of sciences of the United States of America.

- Boer, W., & Smit, M. *Ster Woordenboek Nederlands*. Utrecht – Antwerpen: Van Dale Lexicografie.
- Goede, M., Baarda, D., & Teunissen, J. (2009). *Basisboek Kwalitatief onderzoek: Handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwalitatief onderzoek*. Groningen/Houten: Noordhoff uitgevers.
- Dekker, H., Ginkel, K., Nieveen, N., Keursten, P., Rondeel, M., & Wagenaar, S. (2010). *www.kessels-smit.com*. Gevonden op 25 september op http://www.kessels-smit.com/files/2000_instrument_werken_aan_kennis.pdf
- Donders, J., & Goossens, C. (2012). *Bezoek aan groen blauwe gebieden*. Wageningen: Alterra.
- Donders, J., Luttik, J., Goossen, C., Veeneklaas, F., Vreke, J., & Weijschede, T. (2011). *Recreatiemotieven, landschapskwaliteit en de oudere wandelaar*. Wageningen: Alterra.
- Duurzaamheidkompas. (2011). *Meer betalen voor duurzaam*. Schuttelaar & partners.
- N, Evans., D, Campbell., & G, Stonehouse. (2010). *International encyclopedia of hospitality management*. Oxford.
- Fredman, P. (1994). *The Existence of Existence Value*. Sveriges Lantbruk Universiteit.
- Geerts, G., Heesterkamp, H., & C, Kruyskamp. (1984). *Van Dale; Groot Woordenboek*. Utrecht/Antwerpen: Van Dale.
- Gelderman. (2011). *Feiten en cijfers over de vrijetijdssector in Overijssel 2011*. Provincie Overijssel.
- Gilmore, J.H, & Pine, B.J. (1999). *The Experience Economy: Work Is Theater & Every Business a Stage*. New York: Harvard Business School Press.
- Gilmore, J., & Pine, B. (1999). *The Experience Economy*.
- Goossens, C., & Boer, T. (2008). *Recreatiemotieven en belevingssferen in een recreatief landschap*. Gevonden op 27 Maart 2016 op <http://edepot.wur.nl/21813>
- Gunnarsson, J., & Blohm, O. (2012). *Hostmanship: De kunst mensen het gevoel te geven dat ze welkom zijn*. Stockholm: Vardskapet Utveckling.
- Haven, A. (2016). *Gesprek opdrachtgever*. (L. Ehringfeld, Interviewer)
- Henkens,R., Broekmeyer, M., Schotman, A., Goossen, C., & Pouwels, R. (2012). *Recreatie en natuur; Kennis over effecten, kwetsbaarheid, handelingsperspectieven en monitoring van natura 2000 gebieden*. Wageningen: Alterra.
- Heuvel, J. (1999). *Dienstenmarketing*. Groningen: Wolters-Noordhoff bv.
- Hokkeling, J., & de la Mar, L. (2012). *Moodmaker: het ontwikkelen van gastvrije organisaties*. Amsterdam: Boom/Nelissen.
- Hostmanship Group. (2010). *Filosofie*. Gevonden op 17 september 2016 op http://www.hostmanship.nl/Hostmanship+-+ME__1043.html.
- Hostmanship Group Nederland. (2010). *Filosofie*. Gevonden op 17 september 2016 op http://www.Hostmanship.nl/Hostmanship+-+ME__1043.html
- Hostmanship Group Nederland. (2010). *Over Hostmanship*. Gevonden op 17 september 2016 op http://www.Hostmanship.nl/De+voordelen__1043.html

- Innovatienetwerk. (2012). *Waardevol Groen*. Gevonden op 23 Maart 2016 op <http://www.google.nl/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjytZ2pjKPNAhXEaRQKHUZADu8QFggjMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.innovatieagroennatuur.nl%2Fsitemapmanager%2Fdownloadattachment.php%3Fid%3D20Bijq9CE8iLCXXC88NpxL&usg=AFQjCNF90bVYx->
- Kamerbeek, H. (2012). *Waardevol Groen*. Den Haag: Innovatienetwerk.
- Kamerbeek, H. (2015). *Ondernemen met natuur*. Utrecht: Matrijs.
- Kapoun, J. (1998). Teaching undergrads WEB evaluation: A guide for library instruction. *C&RL News*: 522–523.
- Kemperman, J., Geelhoed, J., Hoog, J. (2014). *Briljante Baanbrekende Businessmodellen Voor Betere En In De Zorg Betaalbare Zorg*. Den Haag: BIM media. Kenniscentrum. (2007). *Expertmeeting plattelandtoerisme*. Kenniscentrum toerisme en recreatie.
- Kloosterhuis, H., & Bergevoet, J. (1998). *De commerciële gastheer*. Zoetermeer: SVH.
- Kuiper, R. (2011, November). *Dienstbare politiek: Voor een verantwoordelijke samenleving en een rechtvaardige overheid*. Amsterdam: Buijten & Schipperheijn motief.
- Lagerweij, K. (2014). IT en psychologie. Is er een verband? Gevonden op 5 Mei 2016 op <http://www.platani.nl/it-en-psychologie-is-er-een-verband>
- Landschapoverijssel. (2016). *Salland*. Gevonden op 22 augustus 2016 op <http://www.landschapoverijssel.nl/>
- Lengkeek, J. (2000). De culturele en emotionele betekenis van water. Den Haag: NRLO rapport.
- Levendland. (2012). *Heeft de wandel-app de toekomst*. Gevonden op 8 augustus 2016 op <http://pretwerk.nl/topnieuws/heeft-de-wandel-app-de-toekomst/10627>
- Lier, H., Heijbrom, R., Waijers, A. (2009). Van experience naar challenge economie. Houten: Noordhoff Uitgevers bv Groningen.
- Linder, J. & Cantrell, S. (2000). Rethinking it all. Aalborg University.
- Lucassen, P., & Olde Hartman, T. (2007). Kwalitatief onderzoek; praktische methoden voor de medische praktijk. Zoetermeer: NHG.
- Marketingoost. (2012). *Inzicht in de doelgroep uitbundig geel*. Kennispunt oost.
- Marketingoost. (2016). *Salland*. Gevonden op 8 augustus 2016 op <http://www.sallandnatuurlijkgestvrij.nl/Reisbloggers-over-Salland/Wandelvrouw/>
- Marwijk, H. (2007). *Experiencing nature: the recognition of the symbolic*. Opgehaald van WSL: <http://www.wsl.ch/dienstleistungen/publikationen/pdf/8182.pdf>
- McDaniels, t.L., R. Gregory., D. Fields. (1999). In *Democratizing Risk Management* (pp. 497–510).
- Mediabeat. (2016). *Kort en krachtige video's*. Gevonden op 19 september 2016 op <http://www.mediafris.nl/mediabeat/kosten/>

- Mediaonderzoek. (2005). *Mediaonderzoek*. Gevonden op 9 september 2016 op <http://www.mediaonderzoek.nl/338/een-aantal-feiten-over-senioren/>
- Meussen, M., Reinhard, S., & Bos, E. (2008). Waardering van de duurzaamheidsprestaties van de Nederlandse biologische landbouw. LEI-Rapport.
- Nationale beroepengids. (n.d.). *Zoeken*. Gevonden op 18 september 2016 op http://www.nationaleberoepengids.nl/beroepen_zoeken?q=Website+editor&qo=Website+editor
- NBTC. (2016). Toerisme in perspectief. Gevonden op 7 Mei 2016 op <http://www.nbtc.nl/web/file?uuid=19de338d-0a96-443e-9299-a99da968a1e9&owner=388ad020-d235-4624-86a4-d899f855a216&contentid=51099>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2009). *Business Model Generatie*. Deventer: Kluwer.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). *Waarde propositie ontwerp*. Deventer: John Wiley & Sons Inc.
- Planbureau voor de Leefomgeving. (2008). *Verdwijnen agrarisch landschap niet onontkoombaar*. Gevonden op 19 Maart 2016 op <http://www.pbl.nl/nieuws/persberichten/2008/20080121Verdwijnenagrarischlandschapnietontkoombaar>
- Plattelandsondernemers. (2016). *Welcome*. Gevonden op 4 maart 2016 op <http://www.toerdeboerop.nl/>
- Plattelandstoerisme. (nd). Gevonden op 17 september 2016 op <http://www.kenniscentrumtoerisme.nl/l/library/download/585>.
- Pretwerk. (2014). *Nieuwe businessconcepten voor de natuur*. Gevonden op 5 Mei 2016 op <http://pretwerk.nl/topnieuws/nieuwe-businessconcepten-voor-de-natuur/30427>
- Provincieoverijssel. (2003). *Feiten en cijfers over toerisme en recreatie in Overijssel*. Provincie overijssel.
- Renes, H. (2006). *Landschap in de EHS*. Landschap :12.
- Right Marktonderzoek. (z.d). *Projectieve technieken*. Opgeroepen op september 25, 2014, van <http://www.rightmarktonderzoek.nl/methoden-onderzoek/projectieve-technieken>
- Rijksoverheid. (2016). *Wat is toeristenbelasting en wanneer moet ik dit betalen*. Gevonden op 17 Mei 2016 op <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/gemeenten/vraag-en-antwoord/wat-is-toeristenbelasting-en-wanneer-moet-ik-dit-betalen>
- Roos-Klein Lankhorst, J., Buijs, A. E., Berg, A.E. van den, Bloemmen, M.H. I., Vries, S. de, Schuiling, C., & Griffioen, A.J. (2002). *BelevingsGIS een compleet overzicht van het belevingsGIS met achtergrondinformatie*. Wageningen: Alterra Research Instituut.
- Ruijgrok, E. C. M. (2000). *Valuation of Nature in Coastal Zones*. Amsterdam: Vrije Universiteit Amsterdam.

- S(up)port for Nature. (2016). S(up)port for Nature. Gevonden op 6 Mei 2016 op <http://www.supportfornature.nl/werkt.html>
- Sallandmarketing. (2016). Salland Natuurlijk Gastvrij. Gevonden op 4 Maart 2016 op <http://www.sallandnatuurlijkgestvrij.nl/eten--drinken-in-salland/streekproducten/>
- Sallandmarketing. (2016). Salland Aspergeland. Gevonden op 7 Mei 2016 op www.sallandnatuurlijkgestvrij.nl/Salland-Aspergeland
- Selm, M., & F, Wester. (2006). *Onderzoekstypen in de communicatiewetenschap*. Alphen aan de Rijn: Kluwer a Wolters Kluwer Business.
- Stam, C. (2004). *Kennismanagement: van theorie naar de praktijk van kennisproductiviteit*. Gevonden op 17 september 2016 op http://www.lerenindesocialprofit.be/Leren/Lereninorganisaties/LE_3.2_kennismanagementvantheorienaarpraktijk.pdf
- Stayokay. (2016). *3 mooiste wandelroutes van Nederland*. Gevonden op 17 september 2016 op <https://www.stayokay.com/nl/tips-ideeen/de-3-mooiste-wandelroutes-van-nederland>
- Stichting Het Nationale Park De Hoge Veluwe. (2016). *De Hoge Veluwe app*. Gevonden op 17 september 2016 op <http://oud.hogeveluwe.nl/nl/ontdek-het-park/wat-te-doen/wandelen/de-hoge-veluwe-app/37515>
- Stichting Kostbaar Salland. (2016). *Projecten*. Gevonden op 9 Mei 2016 op http://www.kostbaarsalland.nl/index.php?page=streekfonds&sub=projecten_
- Stratum, R., & S, Liefland. (2013). *Verdienmogelijkheden groen in economisch perspectief*. Gevonden op 15 Mei 2016 op http://www.google.nl/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0ahUKEwjrgMz_2L7LAhXpbZoKHf5LBucQFggiMAE&url=http%3A%2F%2Fwww.innovatienetwerk.org%2Fsitemapmanager%2Fdownloadattachment.php%3Fid%3D1v81OPktn_qs7mZwQIKRF4&usg=AFQjCNFY0ldiCOrg-2sQytlL-qRWtG_W2
- Strien, J. (2000). *De neuropsychologie van emoties*. Gevonden op 17 september 2016 op <http://link.springer.com/article/10.1007/BF03078974#page-1>
- Thijssen, T. (2010). *De toekomst van Hospitality Business: van verkopen van goederen en diensten naar winstgevend toeristen van gastbeleving*. Deventer .
- Dam, Q. (2013). *Het actuele moment*. Gevonden op 17 september 2016 op <http://quinvandampsychotherapie.nl/wp-content/uploads/2013/10/Het-actuele-moment-in-een-psychoanalytische-behandeling.pdf>
- Valk. (2016). *Lunchbuffet*. Gevonden op 17 september 2016 op <https://www.vandervalkapedoorn.nl/eten--drinken/buffetten/lunch>
- Zee, F. (2004). *Kennisverwerving in de Empirische Wetenschappen, de methodologie van wetenschappelijk onderzoek*. Groningen: BMOOO.
- van Male, J. (2011). *Methoden en technieken in kwalitatief onderzoek*. *Kwalon*.

- Zanten, B. T., Verburg, H. P., Espinosa, M., Paloma, G. S., Galimberti, G., Kantelhardy, J., Kapfer, M., Lefebvre, M., Manrique, R. (2014). *Agronomy*. :309–325
- Vereniging Nederlands Cultuurlandschap. (2010). *Nederland van de Kaart*.
- Verhoeven, C. (2000). *Consideratie. Trouw*, 2.
- Vijn, M., Schoutsen, M., & Haaster, M.(2013). *De marktpotentie van streekproducten in Nederland. Praktijkonderzoek plant & omgeving*.
- VNC. (2014). *Zorg voor natuurrijk en idyllisch landschap voor Stadsregio Rotterdam*. Rotterdam: VNC.
- Volkskrant. (2013). *Ouderen hebben het financieel beter*. Gevonden op 17 september 2016 op <http://www.joop.nl/nieuws/ouderen-hebben-het-financieel-beter>
- Bergh, C., & Stoop, M. (1996). *Het meten van de kwaliteit van de dienstverlening van RMC-West*. Gevonden op 17 september 2016 op <http://oai.dtic.mil/oai/oai?verb=getRecord&metadataPrefix=html&identifieer=ADA321959>
- Wageningen UR. (2016). *Vermarkten van natuur is geen oplossing*. Gevonden op 29 Mei 2016 op <http://www.wageningenur.nl/nl/show/Vermarkten-van-natuur-is-geen-oplossing.htm>
- Wandelnet. (2016). *Nationale wandelmonitor*. Gevonden op 17 september 2016 op <http://wandelnet.nl/publicaties-cijfers>
- Westerink, J. (2008). *Boeren als partners in natuurbeheer*. Natuur Vakblad .
- Westerink, J., Vogelzang, T., Rooij, S., Holster, H., Alebeek, F., & Schrijver, R. (2015). *Kom over de brug! Op weg naar boer-burgercollectieven voor natuur- en landschapsbeheer. Tips voor agrarische natuurverenigingen en groene burgergroepen*. Gevonden op 22 Maart 2016 op <http://edepot.wur.nl/333393>
- Westerink, J. (2015). *Naar Buiten!: hoogwaardige akkernatuur en recreatie in het Buitenland van Rhooen*. Wageningen: Alterra.
- Zegveld. (2004). *De productiviteit van kennis: het effect van investeren in mensen, kennis en leren*:. gevonden op 29 september 2016 op http://books.google.nl/books?hl=nl&lr=&id=2zcmWdmhnJEC&oi=fnd&pg=PA79&dq=definitie+kennis&ots=xgJ9_m03ch&sig=DGV0b9qOcMGKOyc9TxZXxeI9l28#v=onepage&q=definitie%20kennis&f=false
- Zomer, W. (n.d). *Hostmanship de klant voor zijn wenken bedienen*. Gevonden op 30 september 2016 op <http://www.flowresulting.nl/boeksamenvattingen/hostmanship-de-klant-voor-zijn-wenken-bedienen/>

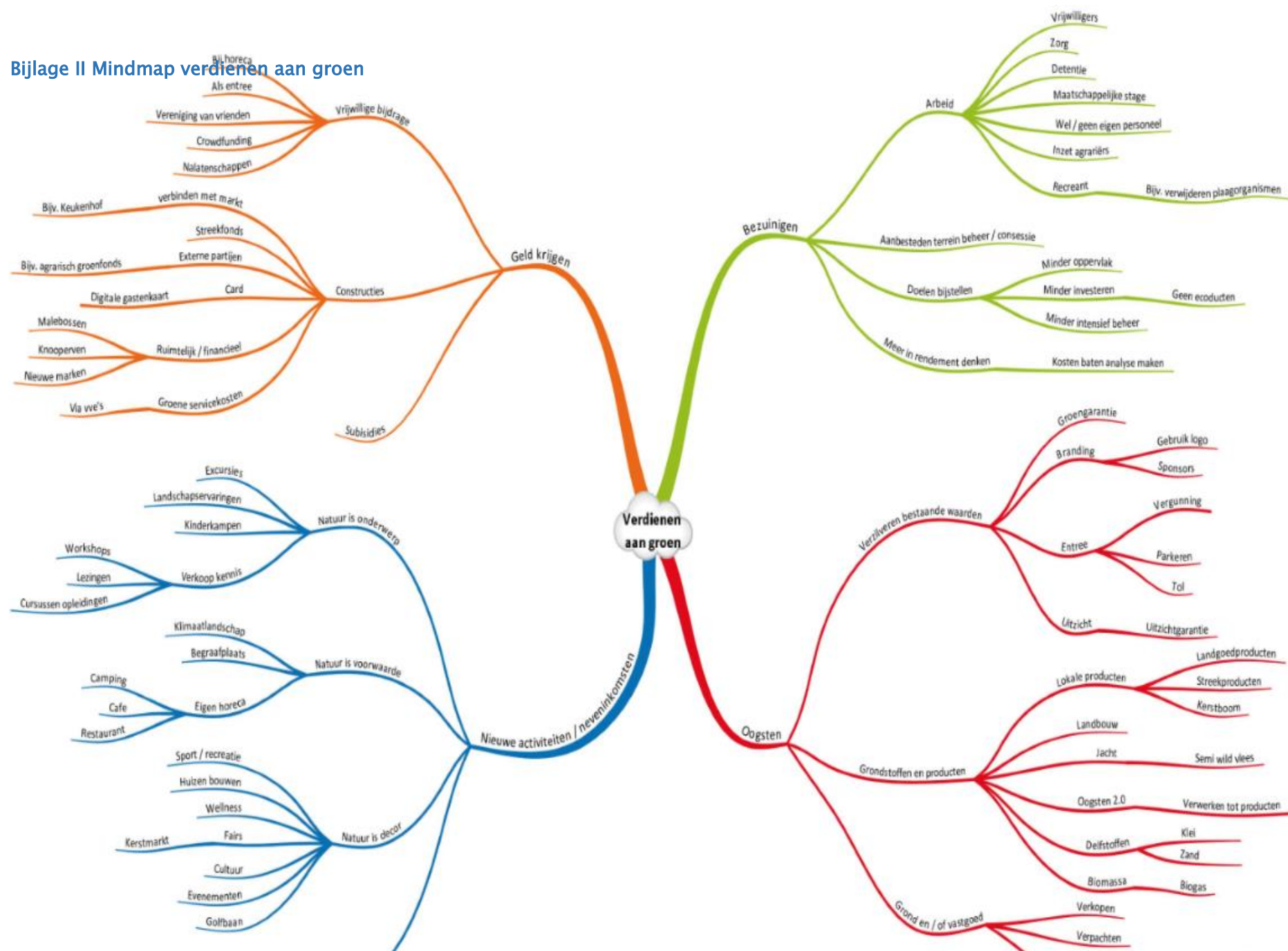
Bijlagen

Bijlage I Zoekmethoden

Tabel 8: Zoekmethoden

Kernbegrip	Synoniem	Engelse vertaling	Zoektermen	Zoekmachine
Landschapsbeleving	Landschaps ervaring	Landscape experience	Landschap Beleving Landschapsbeleving Landschapbeleving definitie Landscape experience	Google Scholar Saxionbibliotheek Picarta.nl Google Books Google Sneeuwbalmetho de Vakbladen
Agrarisch cultuurlandschap	Landelijk cultuur- landschap	Agricultural landscape	Agrarisch cultuurlandschap Agrarisch cultuurlandschap definitie Cultuurlandschap	Google Scholar Saxionbibliotheek Picarta.nl Google Books Google Sneeuwbalmetho de Vakbladen
Verdienmogelijkheden landschap-en vrijetijdsbesteding	–	–	Verdienmogelijkheid en natuur Verdienmogelijkheid en vrijetijdsbesteding Verdienmogelijkheid en groen Verdienmogelijk- heden toerisme	Google Scholar Saxionbibliotheek Picarta.nl Google Books Google Sneeuwbalmetho de Vakbladen
Businessmodel	Bedrijfs- model	Businessmodel	Businessmodellen Definitie Businessmodel Definition Businessmodels Bedrijfsmodellen Definitie bedrijfsmodellen	Google Scholar Saxionbibliotheek Picarta.nl Google Books Google Sneeuwbalmetho de Vakbladen

Bijlage II Mindmap verdienen aan groen



Bijlage III Bouwstenen Canvas Model

Het business model Canvas bestaat uit 9 bouwstenen namelijk:

1. **Klantsegmenten:** bepalen van de juiste doelgroep, segmenteren van de markt en het specificeren van de wensen van de doelgroep en hier het product en of dienst of aanpassen.
2. **Waardeproposities:** klantbehoeften voorzien met waardeproposities, wat is de onderscheidende of toegevoegde waarde voor de klant
3. **Kanalen:** dit zijn de verkoopkanalen hierin wordt de marketing en distributiestrategie beschreven waardeproposities worden aan klanten geleverd via communicatie-, distributie en verkoopkanalen.
4. **Klantrelaties:** toont op welke manier het bedrijf in contact staat met de klant, investeer in klantrelaties klantrelaties worden opgebouwd met elk klantsegment
5. **Inkomstenstromen:** het verdienmodel beschrijft waar de inkomsten vandaan komen, hoe gaat het bedrijf meerwaarde creëren. Beschrijving van hoeveel klanten zijn er nodig om winst te behalen en hoe verdien je aan de klant.
6. **Key resources:** belangrijke bedrijfsmiddelen die nodig zijn om de waardepropositie te bewerkstelligen.
7. **Kernactiviteiten:** de belangrijkste kernactiviteiten van het bedrijf om de waardepropositie te bewerkstelligen.
8. **Key partners:** welke partners zijn belangrijk om te kunnen groeien en concurrerend te zijn denk hierbij aan outsourcing, hoofdleveranciers of resources die buiten de onderneming worden gezocht
9. **Kostenstructuur:** Beschrijft hoe de kostenstructuur in elkaar zit.

Bijlage IV Patronen van businessmodellen

Ontbundelde businessmodellen

Het concept van de 'ontbundelde' onderneming stelt dat er drie fundamenteel verschillende typen businesses zijn: Klantrelatiebusinesses (customer intimacy), Productinnovatiebusinesses (product leadership), Infrastructuurbusinesses

Elk type stelt verschillende economische, concurrentie en culturele eisen. In het ideale geval zijn ze ontbundeld in afzonderlijke organisatie eenheden om conflicten en ongewenste compromissen te vermijden.

Long tail businessmodellen

Focussen op het bieden van een groot aantal nicheproducten, die op zichzelf relatief infrequent verkocht worden. Bij elkaar kan de verkoop van niche-items net zo lucratief zijn als het traditionele model (top tail), waarin een klein aantal bestsellers goed is voor het grootste deel van de inkomsten. Long tail businessmodellen vergen weinig voorraadkosten en sterke platforms om de nichecontent direct beschikbaar te maken voor geïnteresseerde kopers.

Multi-sided platforms

Brengen twee of meer verschillende maar onderling afhankelijke groepen klanten bij elkaar. Dergelijke platforms zijn alleen van waarde voor de ene groep klanten als de andere groepen klanten ook aanwezig zijn. Het platform creëert waarde door de interacties te faciliteren tussen de verschillende groepen. Een Multi-sided platform groeit in waarde naarmate het meer gebruikers aantrekt (netwerkeffect). Bijvoorbeeld Google, Randstad.

Free

In het free (gratis) businessmodel kan ten minste één substantieel klantsegment continu profiteren van een kosteloos aanbod. Verschillende patronen maken het gratis aanbod mogelijk. Niet-betalende klanten worden gefinancierd door een ander deel van het businessmodel of door een ander klantsegment.

Open businessmodellen

Waarde creëren door systematische samenwerking met externe partners. Dit kan outside-in gebeuren door externe ideeën binnen het bedrijf te exploiteren of inside-out door externe partijen van ideeën of assets te voorzien (Osterwalder,2010).

Bijlage V Het Waarde Propositie Model Canvas

Het klantprofiel beschrijft gestructureerd en gedetailleerd een specifiek klantsegment in het businessmodel. Het deelt de klant op in taken, pijnpunten en voordelen.

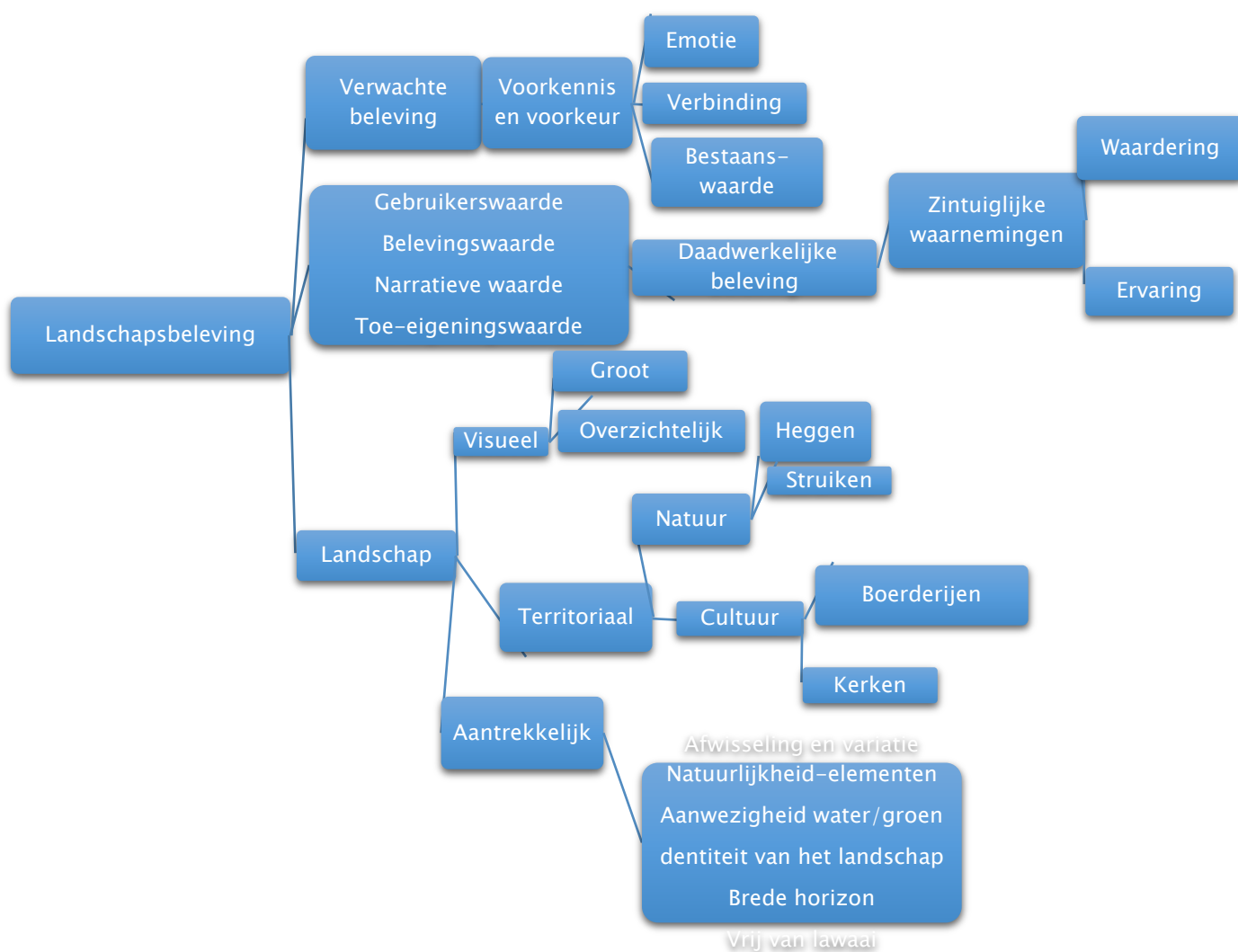
Een klantprofiel bestaat uit de beschrijving van het klantsegment, de klanttaken, de klantenpijnpunten, de klantvoordelen. Deze elementen worden beschreven in volgorde van prioriteit. Het is belangrijk hierbij om concreet te beschrijven wat de pijnpunten en voordelen zijn. Op deze manier wordt duidelijk hoe klanten precies succes en mislukking meten.

De Value Map beschrijft gestructureerd en gedetailleerd de kenmerken van een specifieke waardepropositie in het businessmodel. Het deelt je waardepropositie op in producten en diensten, pijnverschaffers en voordeelverschaffers. Producten en diensten: dit is een eenvoudige lijst van de producten die de onderneming aanbiedt. Fysiek tastbaar, niet tastbaar, digitaal en financieel. Pijnverzachters beschrijven hoe het product of de waardepropositie precies de pijnpunten van de klant verzachten. Voordeelverschaffers beschrijven hoe producten of waardeproposities voordelen voor de klant creëren. Een fit wordt bereikt wanneer het klantenprofiel en de value map samenkomen; wanneer de producten en diensten pijnverzachters en voordeelverschaffers overeenstemmen met één of meer taken, pijnpunten en voordelen die belangrijk zijn voor de klant.

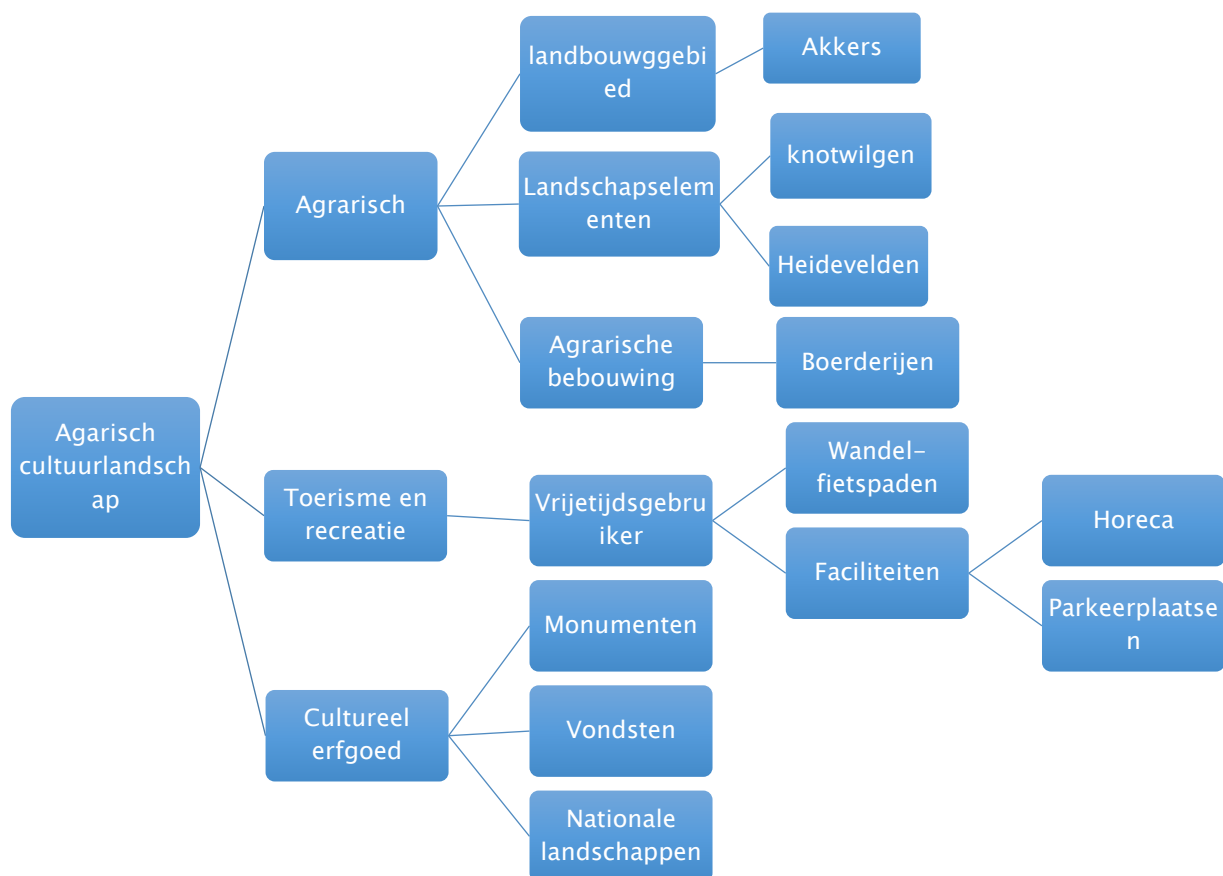
Goede waardeproposities richten zich vaak op een beperkt aantal pijnpunten die zij zeer goed kunnen verzachten. Je bereikt een fit als klanten enthousiast raken over je waardepropositie. Dat gebeurt als belangrijke taken aangepakt worden, extreme pijnpunten worden verlicht en essentiële voordelen worden gerealiseerd die belangrijk zijn voor de klant (Osterwalder et al, 2014)

Volgens Osterwalder et al (2014) bestaan er drie soorten fit's: 'op papier', 'in de markt' en 'bij de bank'.
Probleem-oplossingfit: de 'fit' die gerealiseerd is, is nog niet bewezen en bestaat alleen op papier, De volgende stap is op zoek gaan naar bewijs dat de klant waarde hecht aan de waardepropositie.
Product-marktfits: er is sprake van bewijs dat de producten en diensten pijnverzachters en voordeelverschaffers waarde creëren voor de klant en aantrekken in de markt.
Businessmodelfit: er is sprake van bewijs dat de waardepropositie kan worden opgenomen in een winstgevend en schaalbaar businessmodel.

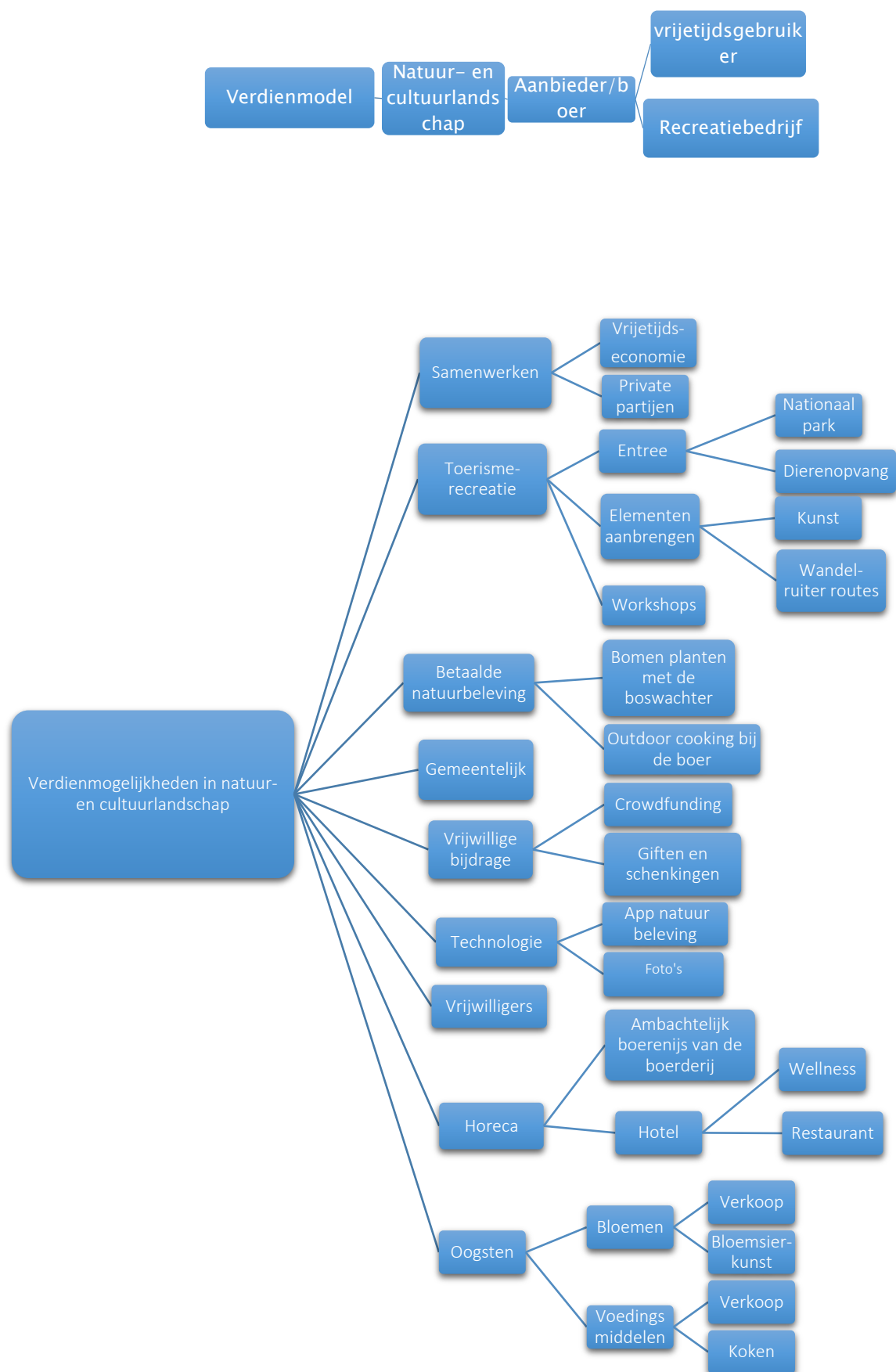
Bijlage VI Operationalisering landschapsbeleving



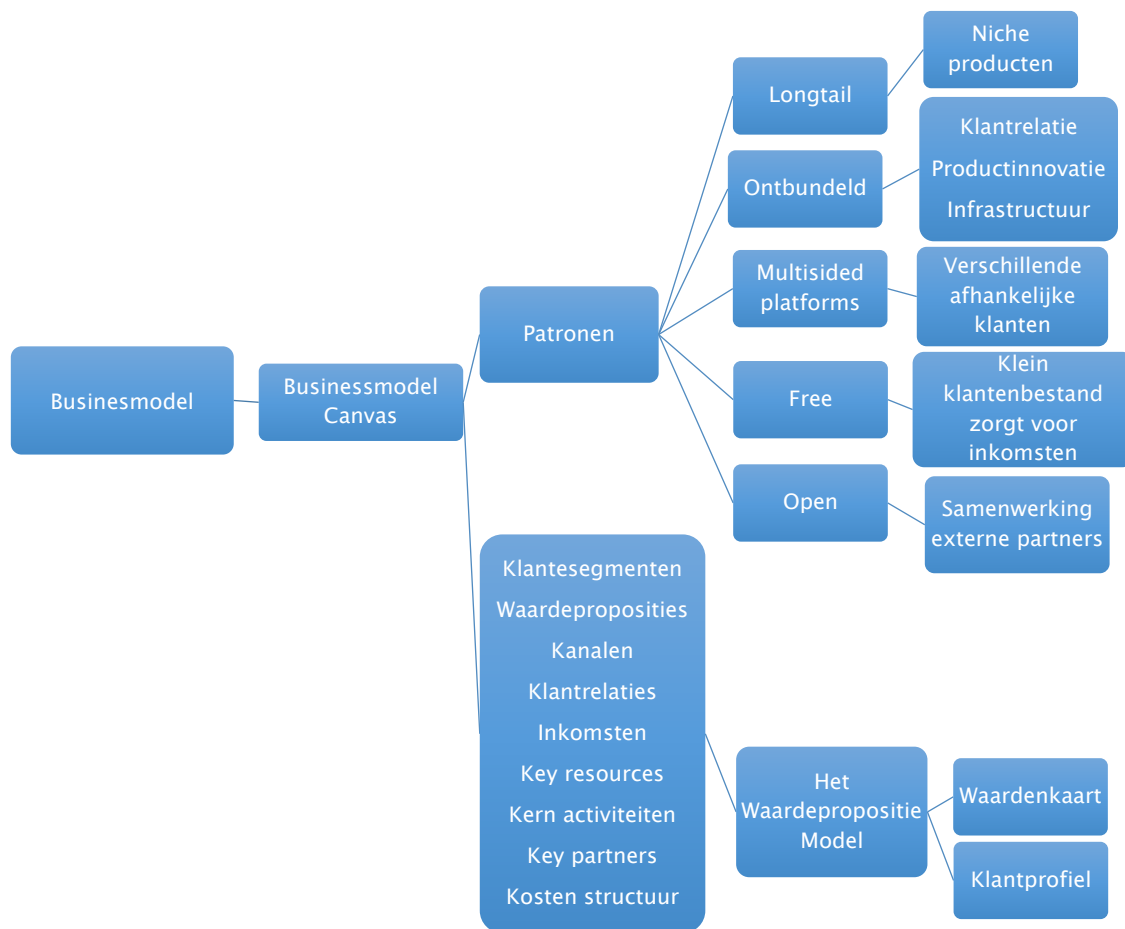
Bijlage VII Operationalisering agrarisch cultuurlandschap



Bijlage VIII Operationalisering verdienmogelijkheden in natuur- en cultuurlandschap



Bijlage IX Operationalisering businessmodel



Criteria for Evaluating a Web Documents	Ask Yourself...
1. Accuracy and Authority of Web Documents - You check for accuracy when you find an author or publisher to take responsibility for the information. If the author provides contact information such as email, address and/or phone number, he/she takes responsibility. - If research is being used, the author should provide a bibliography that supports what he/she is saying; this also helps the reader determine accuracy. - If there is no author given, determine if the page is associated with or published by a group or organization that is taking responsibility. The domain name may give clues to this. - Once you know who is responsible, check to see his/her credentials give the person authority to publish the information. What are the qualifications that this person or organization possess and are they prominent enough to be trusted? - The purpose of the document should be clear. Why was it produced? - The information needs to make sense and should be something that can be verified. Text should be free of errors and feel reliable.	- Who is the author? - Is there an address, phone number or email given? (Some way to contact author) - Who publishes the website? A publisher? An organization? A group with a biased viewpoint? - What is the URL and what does this tell you about the publisher of the site? .gov? .org? .net? .edu? - What qualifications does the author have? Or what qualifies the group to publish such information? - Is the information verifiable? - Is the text free of errors, well written and cited properly?
2. Objectivity of Web Documents - The goals and objectives of the document should be made clear. - The page should be objective or unbiased about the subject covered. Bias should be stated as such. - If the author's opinions are stated, they should be well substantiated and should not be presented as fact. - The motives of the piece should be transparent. - View each webpage as if it were an Infomercial on television—be skeptical.	- Is the page a mask for advertising; if so, how might the information be biased? - Why was the page written (motives)? - Who is the intended audience? - Are opinions backed by accurate facts and information?
3. Currency of Web Documents The information should be up to date and there should be an indication that someone is taking care of the site. For example, if a number of the links no longer work, this is one way to tell.	- When was it produced? Last updated? - How many dead links are there? - Is the information outdated?
4. Coverage of Web Documents - There is breadth and/or depth to the topics covered. - You should have not problem viewing the information properly—not limited to fees, browser technology, or software requirement.	- Is there breadth and/or depth to the topics covered? - Is the information free or is there a fee to obtain information? - Are you able to view the page or is software missing? Is that software free?

Figuur 6: AAOCC-criteria

Bijlage XI Topic lijst

Inleiding

Bedanken

Jezelf voorstellen

Onderwerp

Het doel van het interview

Resultaten van het interview

Duur

Randvoorwaarden

Heeft de geïnterviewde nog vragen

(Baarda & van der Hulst, 2012).

Persoonsgegevens

	Topic	Sub-topic	Bouwstenen
<i>Beginvraag: Wat is uw functie binnen het bedrijf/de organisatie?</i>	Functie	Taken	kern activiteiten

Het bedrijf

	Topic	Sub-topic	Bouwstenen
<i>Beginvraag: Kunt u mij iets vertellen over de visie, missie doelstellingen van het bedrijf/de organisatie?</i>	Kernactiviteiten	Gebied Externe activiteiten	Klantsegmenten, waardeproposities, inkomstenstromen, kernactiviteiten, kostenstructuur
	Personeel	Fte's Vaardigheden Vrijwilligers	Key resources, kostenstructuur
	Cijfers	Bezoekersaantallen Prijzen	Klantsegmenten, inkomstenstromen
<i>Bezoekers: Wat is jullie belangrijkste doelgroep?</i>	Doelgroep	Aantallen Seizoenen ervaring met de doelgroep vrijtijdsgebruiker Wensen behoeften Mogelijkheden inkomsten per doelgroep	Klantsegmenten, Waardeproposities, Inkomstenstromen
<i>Wat is de waardepropositie van het bedrijf/de organisatie?</i>	Waardepropositie	Beleving Activiteiten Services	Key resources, kernactiviteiten, inkomstenstromen

Customers/Keypartners

	Topic	Sub-topic	Bouwstenen
<i>Beginvraag: Met welke stakeholders heeft het bedrijf/de organisatie te maken?</i> <i>Welke samenwerkingen zijn er?</i>	Stakeholders	Leveranciers Outsourcing Projecten	Waardeproposities, key partners
	Samenwerkingen	Ondernemers	Key partners, waardeproposities
<i>Kunt u vertellen wat het bedrijf/de organisatie haar ervaring is betreft vrijetijdsgebruikers en betalen voor gebruik van landschap?</i> <i>Zo ja, kunt u vertellen tegen welke problemen het bedrijf/de organisatie tegenaan loopt?</i>	Bereidheid betalen vrijetijdsgebruikers	Ervaringen Problemen Wensen en behoeften	Waardeproposities, klantsegmenten, key resources

Succes en faalfactoren financieringsbronnen

	Topic	Sub-topic	Bouwstenen
<i>Beginvraag: Wat zijn kritische succes- en faalfactoren van het bedrijf/de organisatie betreffende het benutten van verdienmogelijkheden (vanuit het vrijetijdsgebruik)?</i>	Succes- en faalfactoren Verdienmogelijkheden in vrijetijdsgebruik	Vrijetijdsgebruiker Wensen en behoeften mogelijkheden	Waardeproposities, klantsegment, inkomstenstromen
<i>Wat zijn de huidige financieringsbronnen op het gebied van landschap van het bedrijf/de organisatie?</i>	Financieringsbronnen	Subsidies Eigen inkomsten Giften en schenkingen	Waardeproposities, key resources, Inkomstenstromen, kostenstructuur
<i>Hoe zien deze financieringsbronnen eruit in de toekomst?</i>	Toekomstige financiering	Visie Mogelijkheden Groei	Inkomstenstromen, kosten structuur
<i>Welke kosten en baten komen er bij kijken?</i>	Kosten en baten	Voordelen en nadelen	Inkomstenstromen, kosten structuur

Communicatie (alleen voor landschapsorganisaties toepasselijk)

	Topic	Sub-topic	Bouwstenen
<i>Beginvraag Welke ervaringen heeft het bedrijf/de organisatie met landschapsbeheer?</i>	Activiteiten landschapsbeheer	Externe activiteiten	Waardepropositie, key resources
<i>Op welke manier staat het bedrijf/de organisatie in contact met de klant?</i>	Klantencontact	Proces	Klantrelaties, Klantsegmenten, kanalen
Toekomst			
	Topic	Bouwstenen	
<i>Beginvraag: Hoe denkt u dat het bedrijfsmodel er in de toekomst uit zal zien?</i>	Positieve punten	Alle bouwstenen	
	Negatieve punten	Alle bouwstenen	
<i>Eindvraag: Wat zijn mogelijkheden/aanbevelingen voor Stichting Kostbaar Salland op het gebied van financieringsbronnen/samenwerkingen? Heeft de geïnterviewde nog vragen?</i>	Tips	Inkomstenbronnen Key partners	
	Mogelijkheden		
	Advies		

Bijlage XII Documentenanalyse

Salland is een overwegend landbouw en veeteelt-gebied maar kent veel variatie in landschappen. De historie is alom aanwezig door de vele landgoederen met bijbehorende havezaten. Salland is een prachtig fiets- en wandelgebied met oorspronkelijke naaldboom-productiebossen maar ook loofbos met berken-, eiken- en beukenbomen, rivierduinen en prachtige heidevelden. Het Nationaal Park Sallandse Heuvelrug is 35m2 groot en beslaat een groot deel van Salland. Het staat bekend om de grote rijkdom aan vogels en andere dieren en natuurlijk de IJssel. Misschien wel de mooiste rivier van Nederland. De oude Hanzesteden Zwolle en Deventer met hun prachtig geconserveerde binnensteden. Kleine, verrassende dorpen in het groene, soms lichtglooiende landschap door de, met mest opgehoogde, bolle essen waarop de boeren uit de omgeving al eeuwenlang hun gewassen verbouwen. Dat is Salland. In de loop van de jaren is de waardering voor en het belang van het kleinschalige landschap toegenomen. Salland heeft een eigen identiteit en maakt wonen, werken en recreëren in die streek tot iets van grote waarde. Denk hierbij aan het toenemende belang van het buitengebied voor bewoners in de dorpen, steden en op het platteland om te wandelen, te fietsen, te bewegen, tot rust te komen en voor toerisme en recreatie. Ook het belang van een aantrekkelijk landschap als vestigingsvoorwaarde voor tal van bedrijven in de dorpen en steden wordt steeds meer erkend. Jaarverslag Stichting Kostbaar Salland (Landschapoverijssel, 2016).

In het Alterra onderzoeksrapport *recreatiemotieven en belevingssferen in een recreatief landschap* wordt de definitie van doelgroepen in natuur- en landschapsgerichte recreatie in stappen beschreven (Goossens & Boer, 2008). De onderzoeker heeft deze bron gebruikt om de doelgroep voor Salland te beschrijven. Een doelgroep is een groep mensen waarop een bepaalde actie is gericht, die men met een bepaalde aanpak probeert te bereiken (Geerts, Heesterkamp & Kruyskamp, 1984). Een doelgroep wordt onderscheiden op basis van bepaalde criteria/kenmerken zoals:

- Demografische kenmerken bijvoorbeeld leeftijd, geslacht, etniciteit;
- Socio-economische kenmerken bijvoorbeeld opleiding, inkomen, huishoud-samenstelling;
- Geografische kenmerken bijvoorbeeld woonachtig in stad of op het platteland;
- Psychografische kenmerken bijvoorbeeld attitudes, interesses, opinies en normen en waarden (Goossens & Boer, 2008).

Doelgroepen die in de natuur- en landschapsgerichte recreatie onderscheiden worden, zijn gebaseerd op de volgende dimensies of combinaties van deze dimensies:

1. Activiteiten. Recreanten kunnen naar een gebied komen om te wandelen, fietsen, picknicken etc.
2. Oriëntatie op natuur. Recreanten kunnen een gebied bezoeken om het gebied zelf (de natuur) of als decor voor de activiteiten die ze willen uitvoeren.
3. Object van aandacht. De aandacht kan primair gericht zijn op anderen, zichzelf, de natuur of het landschap
4. Motieven en gewenste beleving/ervaring. Recreanten kunnen naar een gebied komen voor ontspanning, fysieke uitdaging, inspiratie, sociaal contact etc (Goossens & Boer, 2008).

Het maken van een recreatief product en/of landschap betekent dat de eisen, wensen en motieven van de doelgroep vertaald moeten worden ten aanzien van inrichting en beheer. Deze waarden bestaan uit:

- a. Gebruikswaarde: bepalen welke recreatieve voorzieningen noodzakelijk zijn. Doelgroepen verschillen in de mate waarin ze waarde hechten aan voorzieningen.
- b. Belevingswaarde: bepalen hoe de (natuurlijke) omgeving eruit moet zien en hoe men deze beleeft. Hierbij zijn voornamelijk afwisseling en variatie van het landschap van belang. Ook is de mate van rust belangrijk in een gebied. Doelgroepen verschillen ook in de mate waarin ze behoefte hebben aan afwisseling en rust.
- c. Narratieve waarde: bepalen welke verhalen verteld kunnen worden over de (natuurlijke) omgeving. Dit kan bijvoorbeeld door middel van plaatsen van informatiepanelen, wandeling met een gids of door toepassing van nieuwe informatietechnologie. (Goossens & Boer, 2008).

Volgens Westerink (2015) zijn er vijf recreatiemotieven. Deze motieven verschillen van elkaar in recreatief gedrag en wensen ten aanzien van de inrichting en beleving van de gebieden.

Motiefgroepen:

1. Gezelligheid (gezelligheidszoeker)
2. Ertussenuit (ontspanningszoeker)
3. Interesse voor gebieden (geïnteresseerde)
4. Opgaan in planten- en dierenwereld (wilderniszoeker)
5. Uitdaging (uitdagingzoeker) (Westerink, 2015).

In het algemeen bestaan motieven voor recreatie uit pull- en pushfactoren. Een pushfactor is het ontvluchten van de dagelijkse sleur of erge drukte. De pullfactoren zijn de positieve motieven om te kiezen voor een bepaalde activiteit of omgeving, denk hierbij aan het genieten van de natuur. De vijf belangrijkste motieven uit de onderzoeken om te gaan recreëren zijn 'gezellig samen', 'even weg om de batterij weer op te laden', 'er tussenuit en ook nog iets leren', 'opgaan in de natuur' en 'sportieve uitdaging'. Het motief "even tussen uit" is het meest populair (34%), gevolgd door "gezelligheid" (27%). De motiefgroepen "interesse" en "opgaan" zijn ongeveer even groot (15%) en het motief "uitdaging" is in omvang het kleinst (9%). Recreanten kiezen niet slechts één motief om te gaan recreëren. Zoals het de moderne recreant betaamt, gaat men regelmatig met een ander motief recreëren (Goossens & Boer, 2008). Recreanten zijn op zoek naar belevenissen wanneer het gaat om activiteiten. Dit blijkt ook uit het onderzoek van (Donders & Goossens, 2012). Hieruit is gebleken dat de populairste activiteiten in het agrarische gebied wandelsport, joggen en wielrennen zijn. Het landschap is erg toegankelijk voor deze recreatieactiviteiten aangezien de vrije natuur veel ruimte en mogelijkheden biedt. Kwaliteit is van groot belang de moderne recreant eist kwaliteit, ook van de groene ruimte. De groene ruimte moet mogelijkheden bieden voor verschillende soorten van belevingen. Termen als droommaatschappij en de beleveniseconomie worden hierbij veelvuldig gebruikt. Toerisme en recreatie behoren tot de grootste economische groeisectoren. Volgens Goossens en de Boer (2008) is de mate van diversiteit in een landschap en de aanwezigheid van voldoende belevingssferen van groot belang. Dit omdat men iedere keer weer met andere motieven een landschap bezoekt. De vrijetijdsgebruiker wil kunnen zappen door een landschap. Hiermee wordt er bedoeld dat er bijvoorbeeld in het ene gedeelte van het landschap wordt ingespeeld op het motief gezelligheid en in het andere gedeelte zich een fysieke uitdaging bevindt.

Vanuit het onderzoek recreatie in groen blauwe gebieden van Goossens en de Boer (2008) is er onderzoek gedaan naar activiteiten. Hieruit kan men concluderen dat wandelen, fietsen en recreëren

aan het water de meest ondernomen activiteiten zijn met fietsen en wandelen als koplopers. Dit percentage is de afgelopen jaren gegroeid. In 2010 is de doelgroep voor agrarische gebieden 41 tot en met 60 jaar het grootst met 36.1 %. Hierna komt de doelgroep 61 jaar en ouder met 30.1 %. De populairste activiteiten in het agrarische gebied zijn fietsen 47.8 % en wandelen 38.6 %. In 2010 komt 36 % van de bezoekers aan het agrarische gebied uit de stad. Voor de cijfers van de vrijetijdsgebruikers zie bijlage XVII. Er is tevens een significante groei bij de groep 61 jaar en ouder die recreëren in het natuur- en agrarisch gebied. De vergijzing maakt deze oudere doelgroep steeds interessanter. Senioren worden vaak over het hoofd gezien door marketeers. Hoewel ze 40 procent van de groep van consumenten boven de vijftien jaar vormen en over 80 procent van het totale vermogen beschikken in Nederland. De inkomsten van ouderen waren in 2010 gemiddeld bijna 30 procent hoger dan in 1990, mensen jonger dan 65 jaar zagen hun inkomen in diezelfde periode gemiddeld met 18 procent toenemen. Over het algemeen doneert de 50-plusser, of hij nu in de stad woont of erbuiten, veel aan goede doelen. De ouderen zijn actiever dan vroeger. De 50-plusser is maatschappelijk betrokken, leest veel themaboeken, kijkt meestal naar de publieke omroep en kent het belang van gezond eten. Deze doelgroep heeft veel tijd te besteden. Verder heeft de 50-plusser veel culturele interesses en tal van hobby's (Mediaonderzoek, 2005).

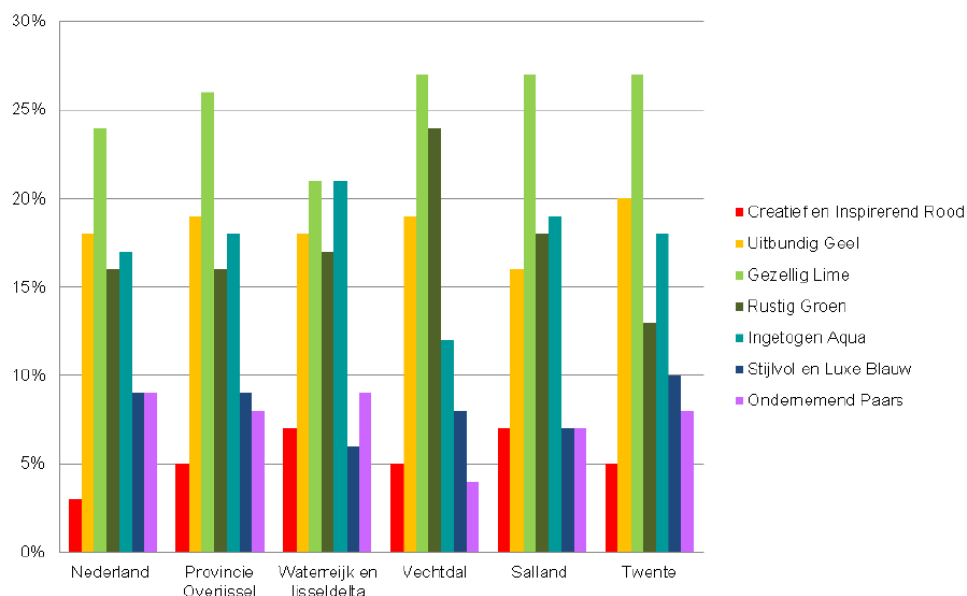
Het gebied is erg bepalend voor de belevingswaarde. Uit het onderzoek recreatiemotieven en belevingssferen is gebleken dat bijna iedereen wil dat de natuur een uitgebreid netwerk heeft van wandel- en fietspaden die goed onderhouden is. Het moet recreatie gebieden hebben die goed bereikbaar zijn. Niet alle gebieden hoeven vrij toegankelijk te zijn. Er mogen gebieden zijn waar de natuur haar gang kan gaan en waar de mens niet mag komen. Door gebruik van bewegwijzering met informatieverstrekking en aanwezigheid van routes kan kwaliteitsverhoging gerealiseerd worden. De wensen met betrekking tot belevingswaarde zijn duidelijk. De meeste recreanten wensen biodiversiteit, dus afwisseling in bomen, struiken en dieren. Rust en ruimte scoren ook hoog in dit onderzoek. Rust in de vorm van het afwezig zijn van omgevingslawaai en alleen zijn in de omgeving. Met ruimte wordt bedoeld afwezig zijn in horizonvervuiling en geen verbod- en gebodsborden. Een natuurlijk uiterlijk wordt hoog gewaardeerd bij de recreanten waarbij onderhoud aan gebieden niet teveel op een stadspark moet lijken. Aanwezigheid van water zorgt tevens voor een verhoging van de belevingswaarde bij de meeste recreanten (Goossens & Boer, 2008).

Bij vraag en aanbod dient er ook rekening gehouden te worden dat recreatie ten koste kan gaan van de biodiversiteit. Dat blijkt ook uit het onderzoek van Henkens et al (2012). Het gaat dan om verstoring van fauna, beschadiging van vegetaties, ruimtebeslag en versnippering, vervuiling en directe populatieveranderingen (bijvoorbeeld door het uitzetten van karpers voor de sportvisserij). Bovenstaande verstoringen vinden meestal plaats boven een bepaalde bezoekersdruk en verschilt per diersoort (Henkens et al, 2012). Bij het ontwikkelen van recreatiemogelijkheden dient er goed gekeken te worden naar de biodiversiteit van het gebied aangezien dit een van de wensen is van de recreant zelf. Recreatietypen moeten elk een eigen terrein krijgen. Wandelaars en fietsers gaan bijvoorbeeld niet goed samen. Autoverkeer gaat tevens ook niet goed samen (Henkens et al, 2012).

Het BSR model voor verblijfsbezoek is onderverdeeld in vijf verschillende leefstijlgroepen; uitbundig geel (22,8% van de Nederlandse bevolking behoort tot deze groep), gezellig lime (28,7%), rustig groen (17,2%), ingetogen aqua (14,6%) en avontuurlijk paars (16,6% (Marketingoost, 2016)).

Sinds 2011 zijn ook de beleavingswerelden voor dagrecreatie bekend. Om dit te achterhalen zijn speciale BSR vragen toegevoegd aan het bestaande Continu VrijeTijds Onderzoek (CVTO). Om het profiel van vakantiegangers te achterhalen zijn de BSR vragen toegevoegd aan de Continu Vakantie Onderzoek (CVO). Beide onderzoeken worden één keer per twee jaar uitgevoerd door NBTC–NIPO research. Voor dagrecreatie wordt er een onderscheid gemaakt in 7 verschillende leefstijlgroepen; uitbundig geel (18,2% van de Nederlandse bevolking behoort tot deze doelgroep), gezellig lime (24,2%), rustig groen (16,4%), ingetogen aqua (16,7%), stijlvol en luxe blauw (9%), ondernemend paars (9,4%) en creatief en inspirerend rood (6,1%) (Marketingoost, 2016).

De RecreantenAtlas is een project van Recron en The SmartAgent Company. In het onderzoek is vooral gekeken naar de wensen, motieven en interesses van vakantiegangers en recreanten. Hierdoor kan het feitelijk gedrag van recreanten en vakantiegangers nog beter verklaard worden. De beleavingswerelden zijn bepaald op basis van het BSR (Brand Strategy Model) model van The SmartAgent Company. In onderstaand figuur is te zien dat Salland vier grotere doelgroepen heeft in het vrijetijdsgebruik namelijk: gezellig lime, rustig groen, ingetogen aqua en uitbundig geel. De grootste doelgroep is verreweg gezellig lime (Marketingoost, 2012). Deze zijn hieronder verder uitgewerkt:



Figuur 4: Verdeling alle leefstijlgroepen dagrecreanten in Nederland, Overijssel en de Overijsselse regio's (Marketingoost, 2016).

Alle vier de doelgroepen van het Sallandse gebied zijn hieronder uitgewerkt op eigenschappen en activiteiten van het BSR–model.

Tabel 9: Doelgroep analyse

<u>Gezellig lime</u>	Zoekt ontspanning in de directe leefomgeving, hecht waarde aan vrijheid en rust. Top 10 activiteiten vrijetijdbesteding: 1 Uit eten in restaurant, eetcafé 76% 2 Gewinkeld in binnenstad 63% 3 Tuincentrum bezocht 61% 4 Wandeling voor plezier 54% 5 Op terras zitten 54%
<u>Rustig groen</u>	Verblijft of recreëert graag in de eigen leefomgeving Top 10 activiteiten vrijetijdbesteding: 1 Uit eten in restaurant, eetcafé 76% 2 Gewinkeld in binnenstad 59% 3 Wandeling voor plezier 57% 4 Tuincentrum bezocht 55% 5 Fietstocht voor plezier 49%
<u>Ingetogen aqua</u>	Zoeken inspirerende activiteiten. Sportief en cultureel geïnteresseerd Top 10 activiteiten vrijetijdbesteding: 1 Uit eten in restaurant, eetcafé 81% 2 Gewinkeld in binnenstad 67% 3 Tuincentrum bezocht 62% 4 Wandeling voor plezier 61% 5 Op terras zitten 58%
<u>Uitbundig geel</u>	Levensgenieters, actief en sportief recreëren. Vaak jonge gezinnen, lekker eten en leuke dingen doen. Top 10 activiteiten vrijetijdbesteding: 1 Uit eten in restaurant, eetcafé 76% 2 Gewinkeld in binnenstad 66% 3 Zwemmen in binnenbad 60% 4 Tuincentrum bezocht 57% 5 Wandeling voor plezier 57%

Verdienmodellen

Uit het documentenonderzoek zijn verschillende verdienmodellen naar voren gekomen. Deze worden hieronder behandeld.

Stratum en Liefeland 2012 noemen in het essay ‘verdienmogelijkheden groen in economisch perspectief’ geschreven voor innovatienetwerk, de volgende vormen die kunnen leiden tot inkomsten:

Bezuinigen:

- ✚ Arbeid
- ✚ Aanbesteden terrein beheer/concessie
- ✚ Doelen bij stellen of meer in rendement denken.

Oogsten:

- ✚ Verzilveren bestaande waarden: branden, entreegelden, groengarantie.
- ✚ Grondstoffen en producten als landbouw, biomassa of lokale producten.
- ✚ Verkopen/verpachten van grond/vastgoed.

Nieuwe activiteiten/nevenactiviteiten:

- ✚ Natuur is onderwerp: excursies, landschapservaringen, kinderkampen, verkoop kennis doormiddel van workshops, opleidingen en lezingen.

- ✚ Natuur is voorwaarde: klimaatlandschap, begraafplaats, eigen horeca: camping, café, restaurant.
- ✚ Natuur is decor: sport/recreatie, huizen bouwen, wellness, fairs, cultuur, evenementen, golfbaan.
- ✚ Toevalstreffer: gasverdeelstation.

Geld krijgen:

- ✚ Vrijwillige bijdrage
- ✚ Constructies
- ✚ Subsidies

(Stratum & Liefeland, 2012).

Hans Kamerbeek 2015 schrijft in zijn boek over verschillende mogelijkheden om te ondernemen met natuur. Recreatie blijkt volgens Kamerbeek 2015 nauwelijks schade toe te brengen aan de natuur. Als bezoekers al schade toebrengen hoeft dit niet direct te worden gezocht in het aantal bezoekers en zijn hier oplossingen voor. De volgende voorbeelden laten zien hoe recreatie en natuur goed samen gaan:

1. Buiten bewegen

Onder andere door verhuur van materialen, vrijwilligerswerk in de natuur, natuursporten gefinancierd door scholen, sporters die geld ophalen. Zo is er het project S(up)port for Nature. Dit is een model waar organisatoren van bijvoorbeeld mountainbiketochten een vergoeding aan de natuurbeheerder betalen (S(up)port for Nature, 2016).

2. Gidsen en routes

Inkomsten uit routes door middel van regionale samenwerkingen voor bijvoorbeeld mountainbikers, hondenbezitters en kanovaarders. Klompenpaden zijn ook een succesvol concept de eerste klompenpaden rond Woudenberg en Scherpenzeel trekken jaarlijks 15.000 bezoekers. Inkomsten uit routekaarten, routes voor smartphones, wandelboxen en of een app. Hierbij kan de natuurbezitter een bijdrage vragen aan de uitgever voor onderhoud van natuurgebieden. Vergunningen en vignetten.

3. Belevissen

In de open lucht: theaterworkshops in de natuur.

Landschapservaringen en natuurbelevingen: beleving krijgt steeds meer aandacht in de natuursector. Het gaat hierbij om het leveren van landschapservaringen zoals een kip of een gans vangen, hout hakken, thee maken op houtvuur met planten van slootkanten. Tochten met een verhaal; luisteren naar kikkerconcerten of dans en vuurvliegjes zien. Bedrijfsfeestjes in natuurgebieden, kinderfeestjes en lessen en buitenschoolse opvang leveren inkomsten voor verschillende natuur en landschapsorganisaties inkomsten. Verder zijn er betalende vrijwilligers die bereidt zijn te betalen om rommel uit het landschap op te ruimen als tegenprestatie krijgen zij lezingen van onderzoekers, biologisch eten, excursies.

4. Groene recreatie

Entreekaartjes voor natuurparken. Het Nationale Park de Hoge Veluwe en het Noord-Hollandse Duinreservaat zijn enkele succesvolle voorbeelden als het gaat om het heffen van entreegelden voor de natuur (Kamerbeek, 2012). Betaald parkeren: voor grotere terreinbeheerders biedt betaald parkeren een inkomstenbron. Financieren van akkerranden door middel van bloemenplukbonnen. Ecotoerisme Groene reizen: toeristische arrangementen van reisorganisaties voor verre reizen naar regionale natuurprojecten lijken geschikt voor Nederlandse landschappen. Natuur openstellen voor recreanten werkt Het gebied met de hoogste mate van natuurlijkheid en openstelling is de Gelderse Poort heeft de

hoogste waarde voor de vrijetijdseconomie en de omvang van bestedingen. Blote voetenpaden, fothutten, cursussen gastheerschap en watercampings.

Wanneer men naar publiekstrekkers kijkt zoals grote evenementen profiteren de natuureigenaren hier nauwelijks van. Er zijn wel voorbeelden van mogelijkheden in de horeca die wel bijdragen aan natuurbeheer. (Kamerbeek, 2015).

1. Publiekstrekkers en horeca

Door te verblijven in natuurgebieden waarbij de hotels, lodges en kampementen die worden gebouwd niet schadelijk zijn maar wel inkomsten opleveren. Attractiepark De Efteling onderhoudt natuurgebied Loonsche land. De Efteling verwacht dat wanneer het Loonsche land in 2020 hersteld is en de kosten opwegen tegen de meerwaarde die het gebied heeft voor het groene imago dat De Efteling nastreeft. Kleinschalige dagrecreatie kan in combinatie met andere activiteiten geld opleveren. Denk hierbij aan een speelvijver of een klimparcours. Samenwerkingen van natuurbezitters en horeca leiden tot recreatieve arrangementen die het aantal bezoekers verhogen.

2. Horeca investeert in natuur

Green deals natuur en recreatie. Kleinschalige steun door het Koekje voor de Natuur. Koekjes in de vorm van een boomblad die door particulieren worden geleverd. Horecaondernemers dragen weer de helft van de opbrengst van deze koeken af aan de organisatie die de omringende natuur beheert.

3. Bezoekerscentra

Het best lopende buitencentrum staat in Drenthe. Verder kosten bezoekerscentra tot nu toe alleen nog maar geld.

(Kamerbeek, 2015).

Streekproducten

Biologische streekproducten hebben op dit moment een grote marktpotentie. Consumenten zijn bereid om een meerwaarde te betalen van 8 % voor lokale streekproducten en 10–15 % voor biologische kruidenierswaren en zelfs 20–25 % voor biologische versproducten (Meussen et al, 2008). Volgens een prognose van Vijn 2013 wordt het aandeel consumenten dat nu streekproducten koopt verhoogd van 20 % naar 64 %. (Vijn et al, 2013). In Salland worden op dit moment al diverse streekproducten en diensten gepromoot als streekproduct. Op de Sallandse Streekmarkt in Raalte is het proeven en genieten van Salland. Er zijn veel streekproducten te koop (Sallandmarketing, 2016).

Plattelandstoerisme in Nederland

Plattelandstoerisme mag zich verheugen in een toenemende belangstelling van consumenten. Ook steeds meer ondernemers ontdekken de mogelijkheden van het platteland voor het toeristisch–recreatieve product, dit geldt voor zowel agrariërs als reguliere toeristische ondernemers. Plattelandstoerisme roept bij velen een positief beeld op. De agrarische kenmerken zijn belangrijk voor het succes van plattelandstoerisme. Omgeving, rust, sfeer en de dieren worden sterk geassocieerd met plattelandstoerisme. De aanwezigheid van de boer zelf zijn daarbij een pré, in ieder geval voor dagrecreatie. Zij beschikken over eigenschappen die lastig te kopiëren zijn door anderen en zorgt voor een uniek karakter en onderscheidend vermogen ten opzichte van regulier toerisme. De plattelandstoeristische ondernemers kunnen hier op verschillende manieren invulling aan geven. De groep die nog nooit op de boerderij is dient wel overgehaald te worden. Voor hen lijkt ‘onbekend is onbemind’. Ook verwachten ze dat er onvoldoende comfort is. Uit het onderzoek is

gebleken dat er een kans ligt voor het plattelandstoerisme vanwege het onderscheidende vermogen. Ze moeten een nette accommodatie aanbieden met comfort en gratis internet. Het moet een hygiënische plek zijn en er moet voldoende te doen zijn voor kinderen (Kenniscentrum, 2007).

Geocoaching en schatzoeken

Bepaalde natuurorganisaties hebben schatzoekspelletjes voor kinderen door middel van geschreven boeken met puzzels die leiden tot een schat. Ook geocaching wordt steeds populairder. Een wat simpele versie in een gamevorm kan extra publiek trekken naar natuurgebieden. De jonge generatie wordt gestimuleerd om de natuur te bezoeken via een game, dit is tevens één van de favoriete bezigheden van de doelgroep. Dit zorgt voor een beleving in de natuur en zorgt ook voor interesse in de natuur (Pretwerk, 2014). Ook apps met informatie over het Sallandse natuurgebied kunnen goed werken: waar kun je met hond terecht, waar is een eetgelegenheid, waar is kindervermaak. Een stadsnatuurapp met vragen en antwoorden over slakken, duiven, meeuwen, bomen etc. Een andere optie is een App met historie over Salland die men tijdens wandelingen kan volgen (Beek, 2014).

Natuur Spaarprogramma's

Klanten sparen inmiddels al voor diverse acties en kortingen op dagjes uit. Als mensen de keuze hebben om te sparen voor een dagje in de natuur, zal dit tot een grotere aanloop leiden richting natuurgebieden (Beek, 2014).

Natuurtaxi

Een mogelijkheid om mensen vanuit de stad in de natuur te krijgen is door ze te faciliteren met vervoer. Dit geldt zeker voor de mensen die geen vervoer hebben en via het openbaar vervoer zijn veel gebieden moeilijk te bereiken. De natuurtaxi heeft gelijk een opvallend middel dat zorgt voor marketing van de natuur door rond te rijden (Beek, 2014).

Voorbeelden van best practices uit bestaande literatuur

De Veluwe is een park dat niet in zijn voortbestaan wordt bedreigd als een deel van de subsidies zouden wegvallen. De inkomsten bestaan onder meer uit: toerisme entree/horeca en merchandising 95 %, en 5 % natuurbeheer (jacht en houtopbrengst). Twee andere potentiële mogelijkheden die meneer Voorst tot Voorst aangeeft in een interview in het rapport Waardevol groen is: het vragen van een bijdrage voor het landschapsfonds wanneer men ergens eet en ondernemers laten betalen voor een logo op de deur. Hij zelf maakt gebruik van entree voor zijn park en de verkoop van lokale producten (Innovatienetwerk, 2012).

Het Landgoed de Heerlijkheid in Mariënwaard verkrijgt haar inkomsten uit twee fairs en de horeca elk goed voor 40%. De kosten die bij de fairs komen kijken worden gedekt door de huurprijs van de kramen aan standhouders. Hiermee is het entreebezoek pure winst. De fair duurt 5 dagen en er komen in totaal 30.000 bezoekers. De belangrijkste kernwaarde voor het landgoed is het vertellen van een verhaal. De producten worden dan ook allemaal zelf geproduceerd, van fruit tot jam, van melk tot kaas (Kamerbeek, 2012).

Landgoed Keukenhof bezit over 230 hectare bestaand uit 70 hectare landbouwgrond, 160 hectare bloemenpark en 18 gebouwen waarvan 8 monumenten. 60 % van de inkomsten komen uit de bloembollententoonstelling, het verhuur van het kasteel en het koetshuis aan de cateraar zorgt voor 25 % en 5 % van de inkomsten komt van vrienden van het landgoed. Er worden tevens evenementen georganiseerd zoals concerten, landgoedfairs, kerstfair en het Castle Fest. Voor de toekomst wil het

landgoed niet alleen meer voor de bloemententoonstelling geld vragen maar ook voor het bezichtigen van het landgoed zelf (Innovatienetwerk, 2012).

Landgoed de Hoevens in Alpen bezit over een natuurkampeerterrein van 40 plaatsen, 6 boomhutten een tipitent en paardenlogies. Ook hebben zij een monumentale Vlaamse schuur omgebouwd tot een 5-sterren accommodatie en vergaderruimte. Ze bieden tevens workshops en activiteiten waarbij de beleving van de natuur centraal staat en diverse themawandelingen. Ook voor andere activiteiten kan de vrijetijdsgebruiker bij het landgoed terecht, kookworkshops met streekproducten en yoga in het jachthuis. Een van de eigen initiatieven van meneer van der Lande is het ontwikkelen van het bestaande natuurbos. Het doel hiervan is om een gevarieerd bos met hoge natuurwaarden en biodiversiteit te ontwikkelen. Bezoekers en gebruikers dragen bij aan de instandhouding van het bos. Toekomstige plannen voor het landgoed zijn een natuurbegraafplaats van 15 hectare om nieuwe natuur mee te financieren (Kamerbeek, 2012).

Bijlage XIII Cijfers vrijetijdsgebruikers

Tabel 10: Percentage bezoekers aan de verschillende typen gebieden naar leeftijd

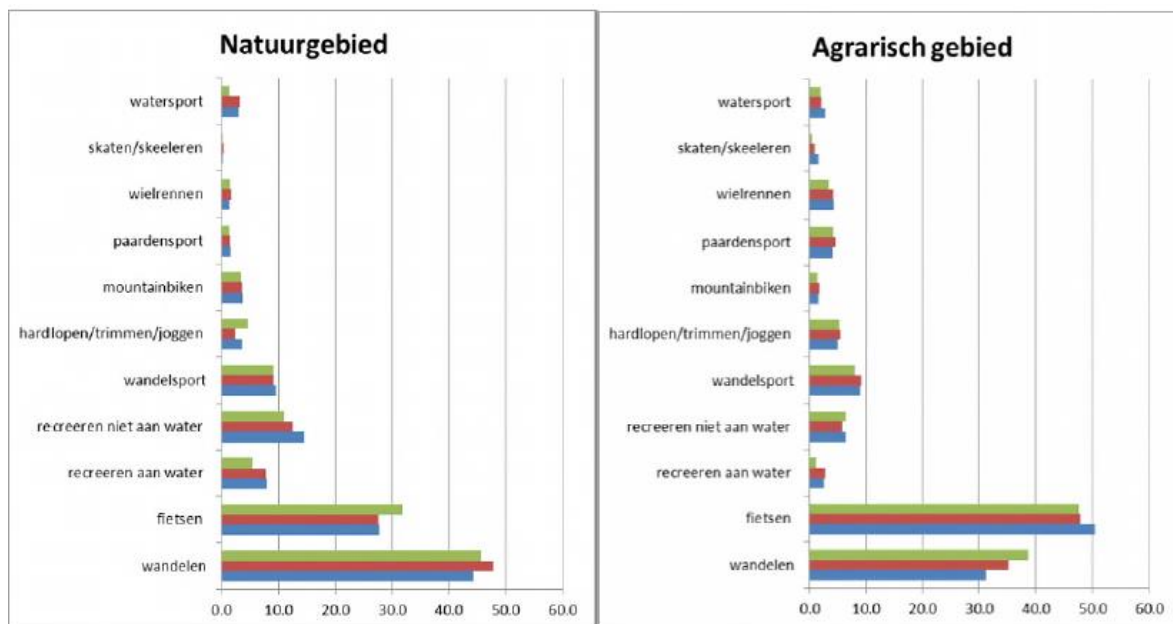
	Bos			Natuurgebied			Agrarisch gebied			Park			Recreatiegebied			Water			Zee		
Leeftijd	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010
0 t/m 12	14.7	14.3	13.8	11.4	8.9	9.1	10.6	10.2	10.8	21.2	14.8	13.2	17.5	13.7	14.3	14.3	13.8	13.8	15.3	15.0	13.3
13 t/m 18	3.5	3.0	3.1	4.4	2.9	2.6	4.0	3.1	2.7	3.5	3.5	3.3	5.3	5.1	5.0	7.5	6.5	7.0	6.9	4.9	5.9
19 t/m 24	4.2	4.4	4.6	4.4	4.6	5.9	3.8	3.9	4.0	5.2	5.1	5.9	5.5	5.5	6.0	6.2	6.6	7.1	7.0	7.3	7.7
25 t/m 40	25.6	20.1	19.5	22.8	18.9	15.6	21.5	17.8	16.3	26.0	23.5	26.8	22.6	22.5	20.4	23.9	25.5	23.0	28.0	23.6	21.5
41 t/m 60	31.6	35.2	35.6	33.6	35.5	36.7	36.2	39.3	36.1	25.8	29.1	29.9	32.6	33.0	32.0	31.2	30.0	29.9	28.6	28.8	30.2
61 en ouder	20.4	22.9	23.4	23.5	29.3	30.1	24.0	25.8	30.1	18.3	24.0	21.0	16.5	20.3	22.3	16.9	17.7	19.3	14.2	20.4	21.4

Tabel 11: Activiteiten met het percentage bezoekers dat deze activiteit heeft uitgevoerd per type gebied

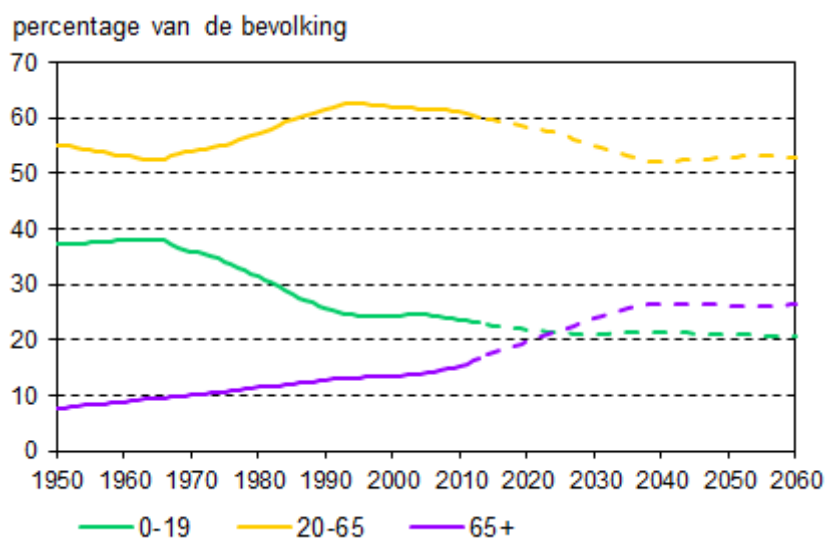
	Bos			Natuurgebied			Agrarisch gebied			Park			Recreatiegebied			Water			Zee		
Activiteit	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010
wandelen	50.9	54.2	59.8	44.3	47.7	45.7	31.3	35.2	38.6	55.6	59.3	59.0	27.6	37.5	36.7	18.2	24.2	29.4	28.0	30.5	40.1
fietsen	22.4	20.7	23.7	27.7	27.5	31.7	50.4	47.8	47.5	13.7	11.5	14.7	26.9	24.2	25.8	12.2	12.0	14.0	8.3	11.9	9.2
recreëren aan water	1.6	1.3	1.5	8.0	7.8	5.4	2.6	2.9	1.2	3.0	3.8	1.4	19.5	16.2	15.6	42.8	37.6	30.9	55.2	52.9	46.2
recreëren niet aan water	23.2	23.9	15.9	14.5	12.4	11.0	6.4	5.8	6.5	19.7	19.3	18.2	15.7	11.9	11.5	6.9	6.1	5.7	3.4	4.2	3.3
wandelsport	11.0	10.6	8.1	9.6	9.1	9.1	9.0	9.2	8.1	10.2	7.9	8.4	7.0	7.4	5.5	3.9	4.8	2.9	5.8	5.0	6.6
Aardlopen/ trinnen/ joggen	5.0	5.1	5.7	3.6	2.5	4.6	5.1	5.5	5.3	6.9	6.7	7.3	3.1	4.2	4.9	2.1	3.0	2.8	2.3	1.5	1.1
mountain- biken	3.6	3.5	3.5	3.7	3.5	3.3	1.6	1.7	1.5	0.6	0.2	0.6	1.4	0.7	1.5	0.2	0.1	0.1	0.6	0.3	0.7
paardensport	2.1	1.6	2.1	1.6	1.4	1.4	4.1	4.6	4.2	0.3	0.1	0.2	1.0	1.5	1.4	0.2	0.2	0.1	0.3	0.5	0.4
wielrennen	0.9	1.3	0.9	1.4	1.7	1.5	4.4	4.2	3.4	0.5	1.6	0.1	1.6	1.2	2.4	0.7	0.2	0.2	0.2	0.7	0.6
skaten/ sleeelen	0.4	0.1	-	0.3	0.4	0.2	1.7	0.9	0.5	1.9	1.1	1.3	2.9	1.6	0.9	0.3	0.5	0.3	0.2	0.2	0.4
watersport	0.4	0.4	0.3	3.0	3.3	1.4	2.9	2.1	2.0	1.3	2.1	1.4	7.8	6.3	5.3	32.2	30.2	30.7	8.7	7.5	7.2

Tabel 12: Percentage bezoekers aan de verschillende typen gebieden naar mate van stedelijkheid en woonherkomst

	Bos			Natuurgebied			Agrarisch gebied			Park			Recreatiegebied			Water			Zee		
Stedelijkheid	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010	2006	2008	2010
zeer sterk	10.0	7.0	11.1	18.2	12.8	17.5	9.9	9.0	11.3	33.5	28.6	31.2	21.8	21.9	20.3	18.4	18.8	15.1	25.8	21.8	24.5
sterk	29.2	28.1	29.3	33.2	33.1	29.9	23.6	24.2	24.8	36.8	39.9	41.0	30.0	29.0	32.3	29.1	30.5	31.9	33.6	35.3	35.5
matig	25.4	27.2	24.7	21.1	25.6	23.2	22.8	24.4	21.4	20.9	20.5	17.2	20.6	23.4	23.3	21.9	21.9	21.8	16.7	19.2	20.3
weinig	23.4	25.9	26.1	17.4	18.9	19.4	24.1	24.5	27.3	6.0	8.0	8.1	18.6	17.4	17.0	19.4	18.5	21.3	11.6	11.4	10.9
niet	12.0	11.2	8.8	9.9	9.6	10.0	19.7	17.9	15.3	2.7	3.0	2.4	9.0	8.2	7.1	11.2	10.3	9.9	12.2	12.2	8.8



Figuur 5: Activiteiten in natuur- en agrarisch gebied



Figuur 6: Prognose bevolking CBS

Bijlage XIV Aanvullende opties uit de literatuur

Streekproducten

Plattelandstoerisme in Nederland: Door de agrariërs te stimuleren voor het exploiteren van plattelandstoerisme kan de doelgroep vrijetijdsgebruikers vergroot worden. Door dit op een goede wijze te promoten en door in kaart te brengen welke mogelijkheden er zijn, zullen er meer mensen naar Salland komen. Door een constructie op te zetten om dit voor de agrariërs mogelijk te maken, kan Stichting Kostbaar Salland een percentage hiervan ontvangen.

Apps met beleving

Bijvoorbeeld Geocaching en schatzoeken door programma's te ontwikkelen waarmee diverse doelgroepen een 'schat' kunnen zoeken in het landschap. Door middel van boekjes of een telefoonapplicatie kan Stichting Kostbaar Salland inkomsten genereren. Het doel van schatzoeken is door het oplossen van puzzels uiteindelijk op een plek terechtkomen waar een schat verborgen ligt. Een andere interessante app is bijvoorbeeld een app met info voor het Sallandse natuurgebied: waar kun je met hond terecht, waar is een eetgelegenheid, waar is kindervermaak, etc. Of een stadsnatuur-app met vragen en antwoorden over slakken, duiven, meeuwen, etc.

Landschapsevenementen

Er zijn al diverse natuurevenementen in Nederland die georganiseerd worden en die veel bezoekers en deelnemers trekken. Dit kunnen bijvoorbeeld wandelevenementen zijn of een hardloophwedstrijd door het landschap. Aangezien de doelgroepen gebruikmaken van de belevingswaarde van het landschap, kan Stichting Kostbaar Salland een constructie ontwikkelen waardoor een gedeelte van de opbrengst naar het landschap gaat. Het Nationaal Park De Hoge Veluwe en het Noord-Hollandse Duinreservaat zijn enkele succesvolle voorbeelden als het gaat om het heffen van entreegelden voor de natuur. Landgoed de Heerlijkheid in Mariënwaard organiseert 2 grote fairs waaruit veel inkomsten worden gegenereerd. De bloembollententoonstelling van de Keukenhof is goed voor 60% van de inkomsten van het concept. Tevens worden er themawandelingen gehouden.

Natuurspaarprogramma's

Bij vele winkels zijn er al diverse spaarprogramma's voor dagjes uit. Door hier het natuurlandschap met een beleving aan toe te voegen worden de doelgroep en naamsbekendheid vergroot.

Natuurtaxi

Door een groene natuurtaxi te realiseren die mensen vanuit de stad naar agrarische of natuurgebieden kan vervoeren, kunnen er inkomsten gegenereerd worden. Er is al een hoog percentage dat gebruikmaakt van het landschap om te wandelen bij de groep 41-60 en 61 jaar en ouder. Wanneer deze mensen in de stad wonen en zelf geen vervoer hebben, kan de natuurtaxi een uitkomst bieden. Hiermee wordt de toegankelijkheid van de natuur vergroot. Dit kan tevens een mooie vorm van promotie zijn.

Entreegelden vragen voor de natuur

Net zoals bij diverse natuurparken is het mogelijk om entreegelden te vragen. Dit dient als een verdienmodel voor de natuur. Door het landschap in te richten op de wensen en behoeften van de vrijetijdsgebruikers en een entree te vragen voor het gebruik van het landschap door bijvoorbeeld wandelroutes kunnen er inkomsten gegenereerd worden. De Efteling is een park met een groene beleving door middel van het Loonsche Land. Er wordt dan ook veel geïnvesteerd door het park om dit groene karakter te behouden. Er is zelfs een Stichting Natuurpark de Efteling.

Bijlage XV Codeboom

Axiaal code/dimensie	Open codes	Fragmenten
Algemeen	Functie	1.1; 2.1; 3.1; 4.1; 5.1; 6.1; 7.1;
	Missie & visie	1.2; 2.3; 3.2; 4.2; 5.2; 6.2; 7.3;
	Waardepropositie	1.6; 2.6; 4.4; 5.7; 6.7;
	Doelgroep	1.5; 2.4; 4.3; 5.5; 6.3; 6.6; 6.18;
	Vrijwilligers	1.3; 4.16; 4.17; 5.3; 6.5; 7.2;
	Vrijetijdsgebruikers	1.4; 1.8; 2.11; 2.15; 3.4; 3.6; 4.6; 4.7; 5.9; 7.6;
	Ondernemers	1.9; 1.15; 1.20; 1.23; 3.7; 4.9; 5.4; 6.11; 6.12;
	Stakeholders	1.7; 2.14; 5.8; 6.8;
	Klantrelaties	1.13; 2.9; 2.19; 3.12; 5.12; 6.4; 6.19;
	Samenwerking	2.2; 2.5; 2.18; 2.21; 3.3; 3.9; 3.16; 4.5; 6.9;
Relaties	Verbinden van partijen	1.16; 1.19; 1.21; 2.8; 2.12; 4.13; 5.16;
	Investeren	2.17;
	Kosten	1.12; 2.16; 5.13; 6.17;
	Huidige financieringsbronnen	1.10; 4.14; 7.11;
Financiën	Toekomstige financieringsbronnen	1.11; 1.14; 2.7; 2.20; 3.11; 4.15; 4.19; 5.12; 5.17; 6.15; 6.20; 7.13;
	Potentiële financieringsbronnen	1.17; 7.9;
Potentiële financieringsbronnen	Toeristenbelasting	1.18; 2.10; 2.23; 3.5; 3.13; 3.15 4.11; 5.10; 6.13; 6.23; 7.8;
	Landschapsbeleving	2.13; 7.4; 7.5;
	MVO	1.22; 3.10;
	Betrokkenheid landschap	2.22; 5.11; 6.14;
	Vrijwillige bijdrage	3.8; 5.14; 7.10; 7.11; 7.12;
	Naamsbekendheid	4.8;
	Streekrekening	4.10; 4.12; 6.10; 7.7;
	Agrariërs	3.14; 4.18; 5.6; 7.14;
	Evenementen	4.20; 5.12; 6.16;
	Waterschap	6.21;
	Biomassa	6.22;
	Rente inkomsten	

Bijlage XVI Samenvatting interviews

1. Algemeen > Functie

E. Jongsma is sinds 2008 senior beleidsadviseur landelijk gebied bij Landschap Overijssel. H. Rodijk is sinds 1981 werkzaam als beleidsadviseur ruimtelijke ordening bij de gemeente Raalte. B. Keijzer heeft dezelfde functie als meneer Rodijk en is werkzaam als programmamanager plattelandsontwikkeling, tevens is zij gemeentelijk adviseur bij Kracht van Salland. G. Herwaarden is seniorbeleidsmedewerker, werkzaam voor provinciale organisaties, landschapsbeheer en provinciale landschapsorganisaties die gezamenlijk een koepel in het leven hebben geroepen genaamd landschappen.nl. L. Dolmans is voorzitter van Stichting Onze Waal. J. Tjabringa werkt als projectuitvoerder voor de Stichting Particuliere Landschapdiensten IJsseldelta en is eerste aanspreekpunt voor contractanten, en G. Lier is docent/onderzoeker plattelandsontwikkeling op het Saxion en tevens vrijwilliger bij Stichting Natuurhuus, die zich inzetten voor het stimuleren van duurzaamheid voornamelijk in het landelijk gebied.

2. Algemeen > Missie en Visie

De visie van Landschap Overijssel luidt: natuur en landschap is van waarde voor mens, plant en dier. Dit brengt zij naar buiten door middel van vier verschillende manieren: een hoederol voor bescherming van ruimtelijke ordening, als gastheer de mensen welkom heten, als adviseur en door middel van het uitvoeren van projecten. De visie van de gemeente Raalte betreft het waarborgen van het landschap is vastgesteld in het landschap ontwikkelingsplan van 2008. Door het achtereenvolgens benoemen, beschermen en versterken van structuurdragers en waardevolle gebieden wordt het aantrekkelijke landschap van Salland nog afwisselender, meer uitgesproken en beter leesbaar. Het resultaat is een herkenbare en heldere structuur welke bijdraagt aan een fraai en functioneel landschap met een eigen karakter en leesbare geschiedenis. De visie streeft naar een duurzaam en vitaal landschap met een hoge gebruikswaarde voor landbouw, wonen, werken en recreatie. Kracht Van Salland heeft als visie dat in 2025 er een vitaal platteland staat waar het goed wonen is en waar het mooi is. Dit wil zij bereiken door middel van financieren, verbinden van mensen en het delen van kennis. De visie van Landschappen.nl is kort samengevat het versterken van natuurlandschap met bewoners en met mensen. Stichting Onze Waal zet zich in om het unieke van het landschap duurzaam te verbinden met de cultuurhistorie. Stichting Particuliere Landschapdiensten IJsseldelta (SPLIJ) zet zich in voor de groene en blauwe diensten. Natuurhuus is een kleine stichting die zich inzet om duurzaamheidsinitiatieven op gang te brengen.

3. Algemeen > Waardepropositie

De waardeproposities van de verschillende respondenten en organisaties lopen uiteen van het inzetten voor natuur en landschap waarbij het belang om te investeren in het landschap richting andere mensen wordt gecommuniceerd tot en met het opkomen voor het landschap en de kwaliteit ervan en om een beschermingsrol aan te nemen. Vaak is aangegeven dat het toevoegen van iets aan het landschap van waarde is. Het kleinschalige en persoonlijke contact met de betrokkenen zorgt voor het verbinden van mensen. Het delen van inhoudelijke kennis en gebiedskennis van de gemeentelijke organisatie en de uitvoerende rol van de landschapsorganisaties zorgt voor een heldere samenwerking.

4. Algemeen > Doelgroep

De doelgroepen van de verschillende organisaties zijn verschillend en lopen uiteen van lokale burgers, grondeigenaren, boeren particulieren en recreanten tot de landelijke politiek in Den Haag. Vrijwel alle ondervraagde organisaties maken gebruik van vrijwilligers en werken samen met andere organisaties en projecten als: Agrarische Natuur Vereniging, landgoedeigenaren en de groen en blauwe diensten.

5. Algemeen > Vrijwilligers

Vrijwilligers spelen een hoofdrol wat betreft het uitvoeren van de activiteiten van de verschillende organisaties en de gemeente. Werkzaamheden lopen uiteen van het met de handen bezig zijn door middel van planten tellen, gastheer zijn of gids. Het grootste vrijwilligers bestand betreft die van Landschappen.nl. Ruim 80.000 vrijwilligers die bezig zijn met allerlei werkzaamheden. Deze grote groep is al ontstaan in de jaren 70. Het betreft mensen die zich willen inzetten voor beheer en onderhoud van elementen bij boeren maar ook natuurgebieden. Het evenement 'De Natuurwerkdag' helpt om het vrijwilligers bestand op peil te houden en te groeien. De gemeente Raalte bestaat uit betaalde krachten maar werkt veel samen met vrijwilligers. Stichting SPLIJ heeft 1 betaalbare kracht de rest is vrijwilliger.

6. Algemeen > Vrijtijdsgebruikers

Het toerisme trekt aan, maar het is wel een hoek waar je moet oppassen wat je gaat doen. Je kunt niet zomaar standaard alles op toerisme projecteren als verdienmodel. Je moet het wel uniek gaan neerzetten. Dus er is wel een markt. Landschap Overijssel is wel druk bezig zichzelf in de markt te zetten. Zij geeft aan ze kunnen het zelf niet innen want het is een landschap waar je door heen fietst, dus je moet draagvlak creëren bij partijen die contact hebben met de toerist en recreanten.

Recreatieondernemers vinden dat ze al genoeg toeristenbelasting betalen en hebben geen zin om er aan mee te doen als het geen toegevoegde waarde bezit. Dhr. Rodijk van gemeente Raalte geeft aan dat het een zaak is dat vanuit het ondernemerschap moet komen. Het landschap is vanzelfsprekend om toeristen hier aan te laten betalen klopt niet in hun ogen. Mw. Keijzer van Kracht van Salland geeft aan 'Ik vind het zelf bijvoorbeeld prima om te betalen voor een bos waar het minder druk is'. Laten we vooral laten zien hoe mooi het landschap is. Landbouw is belangrijk en ons landschap ook. Het is hier mooi en de cultuurhistorie moet bewaard blijven. Als iedereen het mooi vindt dan moeten ze er ook geld voor vrij maken, ook de politiek zou geld moeten vrijmaken. Dat weten ze niet. Dus het uitdragen en de boodschap brengen en nog een keer, is heel belangrijk. Landschappen.nl geeft aan een disbalans te bemerken tussen diegene die investeren in het landschap en diegene die profiteren van het landschap. 'Ja, de gebruikers van het landschap die zitten vooral in de recreatieve sfeer, maar de bijdrage vanuit die kant zijn eigenlijk niet in verhouding tot wat de lusten en de verdiensten zijn'. Stichting Onze Waal geeft aan dat zij in de toekomst denken dat de vrijetijdsgebruikers voor hen een interessante doelgroep kunnen zijn. Zij willen gaan werken met crowdfunding, door middel van te laten zien wat zij doen als stichting willen ze aan de vrijetijdsgebruiker vragen een bedrag te storten en lezingen bij te wonen. Meneer Lier, docent onderzoeker plattelandsontwikkeling geeft aan dat wanneer er een authentieke beleving wordt opgezet met alles erop en eraan dit zeker kan leiden tot goede verdiensten.

7. Algemeen > Ondernemers

Als je het wil verdienen aan vrijetijdsgebruikers moet je eerst investeren in de ondernemers en dan pas kun je bij de mensen terecht. Ik denk dat het vastligt als je niet in de harten komt van de ondernemers over het landschap. Als je niet eerst investeert in de ondernemers door middel van het landschap te laten zien als iets wat mensen moeten ervaren, beleven en er mee verbinding krijgen. Dan pas kun je gaan oogsten. Dat vergeten we en er wordt heel gauw in technische oplossingen gedacht. Veel mensen bereidt zijn iets te betalen voor landschap, maar omdat Kostbaar Salland niet direct in contact staat met de vrijetijdstoeristen en recreanten. Moet je dit via andere partijen doen.

Ondernemers kennen veel beter de recreatiemarkt, of toerismemarkt. Hoe een hotel werkt, hoe een lodge werkt. Hoe je de marketing goed kan doen. Dat is niet onze corebusiness van landschapsorganisaties of de gemeente. Het is belangrijk om niet afhankelijk te worden van subsidies maar een hogere bijdrage van de ondernemers zelf is natuurlijk prima. Maar dat zou je langzamerhand moeten doorzetten naar de samenleving, het bedrijfsleven. Dat kan wel maar dat kost gewoon tijd. Kwestie van tijd, kwestie van vertrouwen. Het gaat om elkaar vertrouwen, informeren en samen zorgen voor een sterkere economie. Het inzetten van themadagen en brainstormsessies kan mensen aan elkaar laten binden en door middel van informeren en netwerken en je zelf in te zetten als koepel organisatie kunnen er mooie projecten ontstaan. Wat Stichting SPLIJ heeft ontwikkeld is een website ijsseldelta.nl waar nu 41 toeristische ondernemers zijn aangesloten die allen een eigen portaal op de site hebben. Zij betalen jaarlijks ook om op die site te staan om hiermee geld over te houden om te kunnen investeren in je landschap. Het is ook veel makkelijker dat een toeristische ondernemer dat verhaal doet naar een klant. Het denken en richten op de toeristische ondernemers heeft meer kans van slagen heeft dan dat je meer individueel op de bewoners of toerist richt.

8. Relaties >Stakeholders

Samenwerkingen zijn er op provinciaal niveau evenals op lokaal niveau. Er wordt samengewerkt met agrarische natuurverenigingen, recreatiebedrijven, gemeenten, individuele horeca ondernemers, stichtingen en fondsvertrekkers. Belangrijk is dat er iets wordt toegevoegd dat de samenwerkingen echt iets opleveren voor het landschap. Zo ontstaan er samenwerkingsovereenkomsten als Gastvrij Overijssel en het LOP.

9. Relaties >(Klant)relaties

Om de relaties met de klanten te verbeteren wordt er door de ondervraagde organisaties diverse acties ondernomen zoals excursiegidsen, informatiebijeenkomsten, donateursavonden, vrijwilligersavonden en magazines. De organisaties geven aan dat binding belangrijk is met de klanten en hiervan de bewustwording hoe belangrijk ze zijn. Zo is er bijvoorbeeld concreet een app ontwikkeld waar de vrijetijdsgebruikers landschaproutes kunnen downloaden. SPLIJ heeft contractanten met een hoogstaande boomgaard een uilenkas gegeven om op deze manier in contact te komen met ze. Via deze weg laten ze zien dat ze niet alleen geld over maken, maar zichzelf willen profileren en tevens een bijdrage willen leveren aan de biodiversiteit.

10 Relaties >Samenwerking

Alle respondenten gaven aan dat samenwerking hoog in het vaandel staat. Diverse organisaties hebben inmiddels de samenwerking opgezocht om gezamenlijk een groot project op te pakken. Gemeente Deventer, Olst en Wijhe hebben een landschapsonwikkelingsplan (LOP) opgesteld met een uitvoeringshoofdstuk waarin ze aangeven hoe ze de groen en blauwe diensten gaan ontwikkelen.

Wanneer de behoefte vanuit meerdere invalshoeken aanwezig is en de krachten worden gebundeld is het mogelijk om dit soort projecten op te pakken. Projecten kunnen naast geld ook samenhang en lokaal draagvlak opleveren voor het verder ontwikkelen van plannen. Denk hierbij aan de Salland deal waarin de groene organisaties samenwerken naar een gezamenlijk doel. Het verbinden van partijen is hierin erg belangrijk. Concreet voorbeeld is het Salland Café dat georganiseerd wordt door Kracht van Salland. Vanuit dit initiatief wordt er een avond georganiseerd door een tuinbouw organisatie en die gaan in het bedrijfsleven landbouw en het landschap promoten. Via deze weg worden de ondernemers in Salland betrokken. Door de respondenten wordt er op verschillende niveaus samengewerkt met de betrokken partijen. Zo zijn er samenwerking op landelijk niveau, provinciaal, regionaal en lokaal niveau. Gebiedscoöperatie IJsseldelta is nadrukkelijk bezig met de financiering voor de investering op peil te houden met verdienmodellen. Moet nog veel worden gedaan met samenwerking ook in het verdienmodel.

11 Relaties >Verbinden van partijen

Zoals in voorgaand fragment werd aangegeven wordt hierin nadrukkelijker benoemd waarom het verbinden van partijen essentieel is voor de respondenten. De respondenten geven aan dat ze zich niet alleen focussen op het verbinden met organisaties, maar ook met mensen. Dit zijn de lokale mensen en de ondernemers en die verbinden met het landschap. Vragen naar ideeën om zodoende tot mooie initiatieven te komen. Een andere respondent gaf aan dat de belangrijkste succesfactor is het verbinden tussen de recreanten en de consumenten. Via community of practices hier maakt bijvoorbeeld Stichting Onze Waal gebruik van. Dit biedt gelijk de mogelijkheid om te communiceren met elkaar en om te verbinden.

12 Financiën >Investeren

Voor de kosten van projecten is het in zijn algemeenheid voor de gemeente belangrijk dat er een goed draagvlak is vanuit de samenleving. Het moet aansluiten om het beleid en de gemeentelijke visie. Geld is een schaars goed op dit moment en dit zal dan goed afgeworpen worden. Wanneer de samenleving zelf ook het één en ander organiseert dan is het voor de gemeente wel bereidt om er op een positieve manier naar te kijken.

13 Financiën >Kosten

Eén van de respondenten geeft aan dat de meeste kosten zitten in het beheer van natuurterreinen. Dit wordt aan een aantal organisaties uitbesteed en hiervoor huren ze aannemers in of bepaalde studenten van de hogere scholen die taken overnemen. Er is geld nodig om het landschap te verbeteren en leefbaar te maken. Het beheer is duur. Een andere respondent gaf tevens ook aan dat het beheer duur is. Als voorbeeld gaf hij het planten van bomen aan die gekocht en getransporteerd moeten worden. Ook in de randzaken om de organisatie in stand te houden zitten veel kosten aan verbonden. Denk hierbij aan een stage, inhuren van mankracht, PR en overige organisatiekosten.

14 Financiën >Huidige financieringsbronnen

De organisaties geven aan dat vanuit het landelijke koepel worden gefinancierd en de afdracht gedaan wordt door provinciale organisaties. De provinciale organisaties krijgen nog subsidies vanuit de provincies, postcodeloterijgeld en vanuit de projecten die zij opzetten. Projectgelden kunnen verschillende financieringsbronnen hebben zoals uit fondsen of overheidspotjes. Een andere

organisatie heeft aangegeven het werk te verrichten op vrijwilligersbasis en krijgen een tegemoetkoming van de gemeente.

15 Financiën > Toekomstige financieringsbronnen

Hoe de toekomst eruit gaat zien qua financieringsbronnen is voor de ondervraagde organisaties nog onzeker. Wat vele respondenten hebben aangegeven is dat er de laatste jaren de gelden minder zijn geworden vanuit de overheid en provincies en naar verwachting zal dit ook gaan gebeuren in de toekomst. Een aantal organisaties gaf aan dat ze volledig afhankelijk zijn van gelden van de overheid. Respondenten gaven aan dat je niet alles door vrijwilligers kan laten doen. Je ziet ook een verschuiving van de rol van de overheden. Voorheen was het vooral het rijk die het natuur- en landschapsbeheer organiseren en financieren. Nu is het vooral de provincie. Er dient creatief gezocht te worden naar nieuwe verdienmodellen en deze dienen gevonden te worden zodat de organisaties hun bestaansrecht kunnen behouden. Landschap is een economisch goed aangezien het mensen trekt die komen om te recreëren en te ontmoeten. Respondenten gaven aan dat hierin een rol is weggelegd voor de lokale ondernemers aangezien deze doelgroep interessant kan zijn. Deze moeten een binding krijgen en bewustwording krijgen met landschapsbeheer. Er is bijvoorbeeld een project bezig waarin een landschapshotel wordt ontwikkeld en hier wordt een percentage van de opbrengst gefinancierd in het landschap. Er zijn volgens de respondenten wellicht een aantal grote bedrijven te vinden die wellicht bereid zijn om te sponsoren. Belangrijk is om hier diepgaande relaties mee op te bouwen, zodat het structureel iets opbrengt. Een andere mogelijkheid zijn legaten. Mensen die geld willen nalaten aan terreinbeheer en instanties. Een aantal respondenten gaf ook aan dat ze zich hebben gericht op het ontwikkelen van biomassa. Door in de toekomst nauwer samen te werken door middel van investeringen kunnen kosten bespaard worden. Denk bijvoorbeeld aan dat je alle groene en blauwe diensten onder één naam laat functioneren. Door een professionele kracht aan te stellen vallen werkzaamheden van een aantal vrijwilligers af waardoor die zich kunnen inzetten voor andere werkzaamheden. Er komt meer structuur binnen de organisatie en het is mogelijk om via die persoon meer fondsen te werven en subsidies te verkrijgen. De verbindingen worden sneller gelegd waardoor er meer draagvlak wordt gecreëerd.

16 Potentiële financieringsbronnen > Toeristenbelasting

De toeristenbelasting wordt op dit moment gezien als erg hoog en het leek de respondenten niet verstandig om deze te verhogen. Door wel te verhogen kan een drempel ontstaan voor lokale ondernemers en toekomstige toeristen die hier niet open voor staan.

17 Potentiële financieringsbronnen > Landschapsbeleving

Het landschap kent vele verhalen en heeft een rijke historie. Wat is er precies op een bepaalde plek of heeft gezeten kan interessant zijn voor de vrijetijdsgebruikers. Mensen weten onvoldoende over het landschap en de beleving hiervan. Door kennis over te dragen via bijeenkomsten en middelen zoals een internetsite kan je die kennis overbrengen. Er lopen inmiddels al themabijeenkomsten bij het Saxion over hoe je zoiets organiseert. Het landschap in Salland is volgens een respondent erg gevarieerd met onder andere de Sallandse Heuvelrug. Daar liggen op een afstand tussen 20 tot 25 kilometer diverse stroomruggen en stroompjes. Hier kan je het landschap goed ervaren. Volgens één van de respondenten is iedereen gewend dat je vrij in het landschap mag lopen. Op het moment dat je daarvoor letterlijk moet betalen, wat natuurlijk indirect wel wordt gedaan door middel van

belastinggeld zal dat bij mensen als negatief ervaren kunnen worden. Er zijn al vele mogelijkheden op het gebied van horecagelegenheden. Ze promoten hier onder andere ook de Sallandse asperges en het wild eten volgens de respondenten. Er zijn bij de boeren ook zichtstallen en open dagen waar veel mensen op af komen, maar dat is een proces waar je constant mee bezig moet gaan. Je moet constant nieuwe mensen aanboren via marketing anders is een project bij de boer ook zo klaar. Salland Marketing is hier al mee bezig en de meeste boerderijen staan in een magazine. Je zou ook een streekproduct kunnen verkopen en hier een percentage over kunnen vragen dat je kunt investeren in landschap. Dit kan je combineren met een wandelroute waar je onderweg langs één van de Sallandse restaurants gaat die deze streekproducten verkopen. Eén van de respondenten gaf aan dat de klompenpaden en wandelroutes in Utrecht en Gelderland een goed voorbeeld waren. In Twente is er een landschapshotel. Hier worden lodges neergezet in het landschap voor een unieke beleving. Een percentage van de opbrengsten gaat hiervan naar het goede doel. De natuur wordt voller en dit geldt ook voor de samenleving. Er kunnen stilteplekken gecreëerd worden in de natuur waar men kan picknicken in stilte, zo houd je rust en ruimte bijeen. Omdat rust belangrijk is voor de vrijetijdsgebruiker bij het gebruik van het landschap kan dit als een verdienmodel worden gezien.

18 Potentiële financieringsbronnen > MVO

Er wordt in de agrarische sector steeds meer milieubewuster en diervriendelijker geproduceerd, dat wordt ook afgedwongen door de consument. Zo kan het ook gaan met het ontwikkelen van biodiversiteit in het landschap om het zo aantrekkelijker te maken. Een boer moet zich tegenwoordig ook aan veel regels voldoen om überhaupt te mogen produceren. Dit is tevens een vorm van MVO voor de agrariër. Een ontwikkeling is het gebruik van restmaterialen bij de agrariërs. De efficiency van mest bijvoorbeeld is aanzienlijk toegenomen doordat dit op een geavanceerde manier verwerkt wordt en dit voorkomt veel verspilling. Dhr. Ier heeft aangegeven dat ze een oplossing hadden op het gebied van MVO. Dit is een huis, een hele manier van leven. Denk hierbij aan een huis met leenmuren, zonnepanelen en een dak die d.m.v. de bouwstijl zorgt voor verkoeling. Dit zorgt in de toekomst voor veel besparingen. Hij heeft een waaier ontwikkeld van allerlei verschillende vormen van landbouw zoals antroposofisch moderne landbouw. Hier is gekeken naar de duurzaamheid van de verschillende vormen van landbouw.

19 Potentiële financieringsbronnen > Betrokkenheid landschap

De boeren willen zelf het landschap onderhouden, dus een deel doen ze zelf en een deel krijgen ze vergoed. Er zijn ook buurtaanpakken en de afgelopen jaren zijn de groen blauwe diensten collectief ingezet om de buurt enthousiast te krijgen. Je krijgt hierdoor meer samen denken rondom de landschapselementen. Om iets duurzaam te ontwikkelen werkt Dhr. E. Jongsma met een trap. Het begint met latente betrokkenheid. Mensen voelen dat het belangrijk is en betrokken bij het landschap tot en met wat kan ik doen voor het landschap en ik wil wat doen. Mensen moeten zich betrokken voelen willen ze zich binden aan het landschap en zich hiervoor inzetten.

20 Potentiële financieringsbronnen > Vrijwillige bijdrage

Voor een vrijwillige bijdrage bij ondernemers of bij de vrijetijdsgebruikers moet Stichting Kostbaar Salland een goed verhaal hebben en zich onderscheiden. Een natuurliefhebber of een wandelaar die doneert wellicht al aan een wandelgroeporganisatie of een stichting voor natuurmonumenten. Een andere respondent gaf aan dat ze de luxe hadden gehad en dat ze projecten 100 % konden financieren

zonder dat de mensen een eigen bijdrage moesten leveren. Hij gaf echter wel aan dat mensen bereidt zijn een eigen bijdrage te willen leveren. Dhr. Dolman gaf aan dat ze graag steun willen hebben van de mensen die zich vrienden van de Stichting Onze Waal gaan noemen en dat ze geld ontvangen van de gemeente om de organisatie in stand te houden. Er is één jaar geld gekregen van de provincie en daarna moesten ze op eigen benen staan. Dit is te snel en een grote fout volgens Dhr. Dolman. Vrijwilligers steken hier namelijk veel uren in.

21 Potentiële financieringsbronnen >Naamsbekendheid

Er is te weinig naamsbekendheid over de werkzaamheden van Stichting Kostbaar Salland en deze moet vergroot worden. Dit zou kunnen door middel van een actieplan toerisme en promotie te ontwikkelen. In dit plan zou volgens één van de respondenten groene fietsen met het logo van de stichting ontwikkeld worden en deze kunnen ze verhuren aan de vrijetijdsgebruikers. Om de naamsbekendheid te vergroten is de kracht om één van de kenmerken goed naar buiten te brengen en niet teveel. Dat komt er later wel bij. Als je richt op een bepaalde vorm van toerisme, hier mooie PR voor ontwikkeld met foto's, veel contact hebt met de media en dit verder uitbouwt dan bouw je de naamsbekendheid op. Via een vorm van sponsoring met lokale ondernemers die rechtstreeks betrokken zijn met het landschap is het wellicht mogelijk om een nieuwe financieringsmogelijkheden te verkrijgen. Er wordt al veel gesponsord in andere sectoren zoals sport omdat veel bedrijven maatschappelijk verantwoord willen ondernemen, maar dat kan ook door het sponsoren van Stichting Kostbaar Salland. Dit zou Stichting Kostbaar Salland als wederdienst in haar uitingen naar voren kunnen laten komen.

22 Potentiële financieringsbronnen >Streekrekening

Er zijn kleinschalige oplossingen waarbij wel bijdrage kan ontvangen worden van de consumptieve recreanten. Dan moet je denken in de sfeer van bijdrage via een omweg zoals een fonds of een streekrekening, of een andere weg via parkeergeld. Via gelden van producten, streekproducten die gekocht worden dat soort zaken. De recreant betaalt ook indirect mee via de overheid aan het landschap.

23 Potentiële financieringsbronnen >Agrariërs

Voor de agrariër kan het aantrekkelijk zijn om zich op de vrijetijdsmarkt te richten of om de recreatieve mogelijkheden uit te voeren. Het is hier belangrijk dat er een hele levenswijze en werkwijze wordt omgegooid. Van boer tot gastheer. De manier van denken moet dus anders. Als de boer zich op gasten wil richten zorgt dit voor een andere benadering dan efficiënte voedselproductie. Een meerwaarde voor agrariërs creëren is belangrijk om hen mee te krijgen en samen te werken. Een stichting kan door middel van het coördineren en afstemmen van het landschap een meerwaarde creëren door effectiever te zijn. Wanneer dit regionaal en lokaal niveau gebeurt dan zal de boer dit aantrekkelijker vinden. Agrariërs en particulieren zijn vaak eigenaren van gronden. Een kritische factor is de eigenaar en of de boer in plannen in dergelijke mate mee te krijgen. Door middel van verleiden met geld, enthousiasmeren en verantwoordelijkheid te geven kan de succesfactor verhoogd worden.

24 Potentiële financieringsbronnen > Evenementen

In Raalte alleen al worden per jaar 142 evenementen georganiseerd. Rich en Blues, Stoppelhaar etc. Als je jonge mensen aantrekt dan komen zij vaak op oudere leeftijd weer terug. In het verschil van Deventer en Zwolle is dit goed te zien. De jeugd trekt massaal naar Zwolle voor de evenementen.

Deventer heeft het Charles Dickinson evenement dit trekt een iets oudere doelgroep. Salland zit tussen deze twee steden in. Avontuurlijke dingen zouden goed passen bij Salland en dit trekt ook een jonge doelgroep aan. Je zou dan moeten denken aan activiteiten op het kanaal zoals waterskiën. De hoofddoelgroep fietsers en wandelaars zouden ook geïnteresseerd kunnen zijn in evenementen gericht op hun behoeftes. Er komen voornamelijk mensen die van rust, ruimte houden en Bourgondiërs. Een evenement wat veel vrijwilligers bijeenhoudt en ook veel bekijks trekt is 'De Natuurwerkdag'. De Natuurwerkdag wordt georganiseerd met meerdere beheerders en lokale organisaties. Voor dit evenement worden mensen uitgenodigd om te proberen wat het is om wilgen te knotten, riet te maaien of bomen te snoeien. Dit wordt georganiseerd over meer dan 100 locaties. Om kennis en beleving met betrekking tot het landschap te verhogen heeft een van de respondenten aangegeven dat zij een evenement bij een school hadden georganiseerd. Hierbij werd een heilige eik geplaatst, een gerechtsboom van de Germanen. Erom heen werden de kinderen hierbij betrokken door middel van dat zij een tekening mochten maken. Het verhaal om de eik werd verteld. Landschapsveilingen worden gezien als kansrijk wanneer het juiste moment en de juiste mensen dit uitvoeren en er een goede sfeer is kan dit een goede potentiële inkomsten bron zijn. Een dienst van het landschap kan het mooie uitzicht zijn. Dit wordt dan bijvoorbeeld geveild en degene die het zich toegeëigend is verantwoordelijk voor het er op toezien dat er geen storende elementen in het zicht worden gebouwd.

25 Potentiële financieringsbronnen > Waterschap

Vanuit meerdere interviews is de optie om iets met waterschap te gaan doen naar voren gekomen. Het zoeken naar projecten en of initiatieven die een link hebben met water worden gezien als kansrijk. Stichting Onze Waal heeft hieraan al gehoor gegeven. Zij is vertegenwoordiger in de Speedo-groep Onze Waal. Een andere mogelijkheid met waterschap werd uitgevoerd bij Schelle Oldeneel, een nevengeul leverde voor Stichting SPLIJ 200.000 euro op. Stichting SPLIJ was hierbij de opdrachtnemer en de rol van uitvoerder was voor Dhr. Tjabringa, de enige betaalde kracht van de stichting.

26 Potentiële financieringsbronnen > Biomassa

In Salland bevindt zich een grote biodiversiteit. Het is dan ook een mogelijkheid om hiermee iets te gaan doen in de vorm van biomassa. Hierbij is het van belang dat er wordt samengewerkt met bijvoorbeeld overkoepelende organisaties of gebiedscoöperaties. Om dit te kunnen uitvoeren is het van belang eerst alles goed door te berekenen en te onderzoeken.

27 Potentiële financieringsbronnen > Rente-inkomsten

Een mogelijkheid die genoemd wordt is rente-inkomsten. Rente-inkomsten die vrijvallende als cofinanciering in zetten om externe middelen te verkrijgen. Door middel van als stichting jaarlijks geld beschikbaar te stellen als cofinanciering voor projecten, kan er makkelijk nieuw geld worden binnengehaald.

Bijlage XVII Interviewgide focusgroep landschapsorganisaties

Goedenavond allemaal welkom bij mijn focusgroep overleg voor mijn afstudeerwerkstuk met als opdrachtgever Stichting Kostbaar Salland. Ik heb jullie uitgenodigd om te discussiëren over de gevonden verdienmodellen uit mijn desk en veldonderzoek en om nieuwe mogelijkheden aan het licht te brengen en aanvullende mogelijkheden voor Stichting Kostbaar Salland te bespreken. In mijn onderzoek gaat het om kwalitatief onderzoek. Ik ben tijdens dit focusgroep gesprek op zoek naar uiterst persoonlijke gevoelens en ideeën over verdienmodellen uit het vrijetijdsgebruik voor landschapsbeheerfondsen. Er bestaan geen juiste of foute antwoorden. Van te voren wil ik u vriendelijk verzoeken om te proberen om niet door elkaar te spreken en elkaars meningen te respecteren. Bij deze wil ik nogmaals vermelden dat het gesprek zal worden opgenomen voor de totstandkoming van mijn afstudeeronderzoek.

Stichting Kostbaar Salland vergoedt duurzaam beheer van landschapselementen aan grondeigenaren in de Sallandse regio (groene diensten). Denk hierbij aan houtwallen en singels, heggen en hagen, knotbomen, hoogstamboomgaarden en lanen. Grondeigenaren die deze landschapselementen willen onderhouden kunnen zich voor 21 jaar verzekeren van een jaarlijkse vergoeding van Stichting Kostbaar Salland. Naast fondsbeheer wil zij activiteiten gaan ontplooiën om nieuwe financieringsbronnen aan te boren waarmee geïnvesteerd kan blijven worden in het behoud van het landschap. De huidige inkomstenbronnen voor Stichting Kostbaar Salland zijn: gemeentelijke subsidies, provinciale subsidies en de streekrekening.

De hoofdvraag van mijn onderzoek luidt: 'Hoe kan Stichting Kostbaar Salland nieuwe inkomsten genereren uit het vrijetijdsgebruik van het cultuurlandschap in Salland door toeristen/recreanten om daarmee hen een bijdrage te laten leveren aan het behoud en beheer en inrichting van dit attractieve cultuurlandschap?'

Om deze hoofdvraag te beantwoorden heb ik zowel desk- als veld onderzoek gedaan. Uit deze onderzoeken zijn een aantal mogelijkheden gekomen die ik met u in de focusgroep zou willen bespreken en aanvullen.

- ✚ Buiten bewegen
- ✚ Gidsen en routes
- ✚ Plattelandstoerisme
- ✚ App's met beleving
- ✚ Landschapsevenementen

Hoofdvraag voor het focusgroepgesprek: Wat is de mening van experts gekeken naar de verkregen onderzoeksresultaten uit het Desk- en veldonderzoek?

Ook kwamen er belangrijke waarden naar voren in het veldonderzoek. Deze zal ik jullie in het verdere gesprek vragen om aan te vullen.

- ✚ Betrokkenheid landschap
- ✚ verbinden van mensen
- ✚ persoonlijk contact
- ✚ authenticiteit
- ✚ klantenbinding
- ✚ naamsbekendheid

Focusgroepgesprek vragenlijst

1. Wat maakt een landschap aantrekkelijk?

Beleving begint met de waarneming van het landschap. Deze waarneming roept een bepaalde ervaring op aan de hand van deze ervaring wordt er een waardering aan de ruimte toegeschreven. De zintuigen spelen hierin een belangrijke rol, wanneer zintuigen worden geprikkeld ontstaat er een beleving. Voor de intensiteit van de beleving is het belangrijk dat de persoon in kwestie betrokken raakt bij een gebeurtenis hierdoor zal een blijvende indruk opgedaan worden.

2. Wat is volgens u een optimale landschapsbeleving? Wat voor beleving zorgt voor zoveel toegevoegde waarde dat men ervoor zou willen betalen?

Iedere deelnemer krijgt nu 5 min de tijd om twee mogelijkheden uit dit rijtje te kiezen die voor hen het meest aanspreken/ervaring mee hebben bij een nieuw verdienmodel in het landschap en waarom.

3. Actievraag: Kies twee mogelijkheden die er volgens u uitspringen? Waarom wel en waarom niet/voorstander tegenstander.

Buiten bewegen: (sport) mountainbike routes ruiter en hondenbezitters – lessen/natuursporten voor scholen, vignetten voor mountainbike routes leveren een inkomstenbron op voor natuurbezitters
Gidsen en routes: Wandelroutes / fiets routes met beleving (Cultuurhistorie Biodiversiteit centraal)
fietsers kopen routegidsen de opbrengst gaat naar natuur.

Plattelandstoerisme: (dus het overnachten/koken/activiteiten bij de boer) De aanwezigheid van de boer zelf zijn daarbij een pré, in ieder geval voor dagrecreatie. Zij beschikken over eigenschappen die lastig te kopiëren zijn door anderen en zorgt voor een uniek karakter en onderscheidend vermogen ten opzichte van regulier toerisme.

App's: bijvoorbeeld geo coaching het zogenaamde schat zoeken in vorm van een game, de klompenpaden app, routes voor smartphones, QR codes langs de paden met informatie over de boerderijen en omringende natuur.

Landschapsevenementen: (landschapsveilingen, bomen planten, fairs, themadagen, wandelevenementen) natuurwerkdag. Natuurevenementen zijn arbeidsintensief. Het kost veel tijd en veel geld. Wel kan er hiermee een grote betrokkenheid bij het landschap worden gecreëerd. Stichting Kostbaar Salland zou zich hierbij kunnen laten zien als landschapsorganisatie en meer naamsbekendheid kunnen genereren.

4. Iedere deelnemer krijgt nu 5 min de tijd om één waarde uit dit rijtje te kiezen die voor hen het meest belangrijk is bij een nieuw verdienmodel in het landschap en waarom.

5. Actievraag: Gekeken naar de genoemde waarden waar zou Stichting Kostbaar Salland meer aandacht aan moeten besteden...? Kies één waarde die er volgens u uitspringt belangrijkste is welke waarde spreekt je het meest aan?

Betrokkenheid landschap: Om iets duurzaam te ontwikkelen werkt Dhr. E Jongsma met een trap. Het begint met latente betrokkenheid. Mensen voelen dat het belangrijk is en betrokken bij het landschap tot en met wat kan ik doen voor het landschap en ik wil wat doen. Mensen moeten zich betrokken voelen willen ze zich binden aan het landschap en zich hiervoor inzetten.

Verbinden van mensen: Een kritische succesfactor is het verbinden van mensen. We denken te gauw in technische oplossingen maar de kennis over het landschap moet eerst in zijn aandacht komen bij de ondernemers. Om succesvolle maar ook vooral duurzame relaties aan te gaan is betrokkenheid belangrijk voor zowel de samenwerkingspartners als de vrijetijdsgebruikers.

Persoonlijk contact: kleinschalige en persoonlijke contact met de betrokkenen zorgt voor het verbinden van mensen.

Authenticiteit: authentieke belevingen, De authenticiteit en het verhaal wat de koper ervaart bij het product zorgt voor een meerwaarde. Door hierbij een percentage voor landschapsbeheer te vragen wordt verwacht dat de consument bereid is om hier iets extra's voor te betalen.

Naamsbekendheid: 'Vrienden van' is een veel gebruikt idee bij de vele landschapsorganisaties. Uit het veldonderzoek kwam naar voren dat het belangrijk is voor de stichting om duidelijk kenbaar te maken aan een ieder waar zij mee bezig zijn.

6. Een voorbeeld: iemand die altijd gratis gebruik maakt van de ruiterroutes moet nu betalen, hoe krijg je deze persoon mee en wat is de toegevoegde waarde voor deze persoon... ideeën
7. Welke ervaringen vanuit uw werkveld heeft u met verdienmodellen in de vrijetijdssector?
8. Welke verdienmodellen gebruikt uw organisaties en welke zijn wellicht interessant voor Stichting Kostbaar Salland?
9. Iemand vertelde me dat het samenwerken voor de stichting (met ondernemers) een goede oplossing kan zijn om de vrijetijdsgebruikers te bereiken en nieuwe verdienmodellen te creëren. Heeft iemand hier ervaring mee? Wat vindt u daarvan en hoe zou deze samenwerking eruit moeten komen zien? Hoe krijg je ze mee? (agrariërs, ondernemers vrijetijdssector)
10. Actie vraag : Een landschap waarbij de vrijetijdsgebruiker bereid is om te betalen voor landschapsgebruik ziet eruit als.....5 minuten de tijd en wees creatief en er mag van alles worden neergezet of verzonnen. Dit landschap ziet eruit als.. De sfeer de mogelijkheden wat is het verdienmodel?
11. Stel u bent bestuurslid van Stichting Kostbaar Salland welke mogelijkheid zou er voor u uitspringen, waar zou de focus moeten liggen?
12. Welke succes- en faalfactoren komen kijken bij verdienmodellen in landschap? Waar zit volgens u het probleem? Hoe zouden ze hier mee om kunnen gaan als stichting?
13. Op welke manier zou de stichting de doelgroep moeten bereiken/benaderen etc (wandelaars fietsers 41-60 jaar).
14. Bent u zelf ook een vrijetijdsgebruiker in het landschap? Hoe vaak brengt u zelf een bezoek aan een landschap en wat zou u bereid maken een bijdrage te leveren aan het landschap of doet u dit wellicht al?
15. Heeft iemand vandaag in deze focusgroep bijeenkomst nog dingen gemist zijn er aanvullingen en of laatste tips?
16. Zijn er nog vragen?

Als laatste wil ik graag iedereen bedanken voor de inbreng en de medewerking er zijn veel interessante voorbeelden aan bod gekomen en besproken.

Bijlage XVIII Samenvatting focusgroepgesprek

De eerste vraag aan de deskundigen was een open vraag, namelijk: 'Wat maakt voor de deskundige een landschap aantrekkelijk? Ze gaven aan dat het subjectief is en dat de mening van eenieder hierin verschilt. De ene fietste graag waardoor hij meer van een grootschaliger landschap hield. De ander hield van rust en kleinschalige groene landschappen met veel biodiversiteit. Vervolgens heeft de onderzoeker het begrip landschapsbeleving toegelicht. Aan de deskundigen werd de vraag gesteld wanneer zij bereid waren om te betalen voor het gebruik van een landschap. Deze koppeling vonden ze lastig.

Vervolgens is een aantal voorbeelden vanuit het desk- en veldonderzoek voorgelegd. Ze vertelden dat als ze bereid zijn te betalen voor landschap, dit voor een overnachting of een drankje is. Faciliterend dus. De meest voor de hand liggende inkomstenbron is dan ook natuurlijk een hotelovernachting of een terras aanbieden aan de recreant, volgens de deskundigen. Rechtstreeks geld krijgen van de vrijetijdsgebruiker zal de stichting niet. Ze zouden iets kunnen initiëren met een ondernemer. Ook zouden ze met de mensen die er wonen een verdienmodel kunnen uitvoeren, en de stichting zal proberen om hier geld aan te verdienen. Heel belangrijk hierbij is volgens de deskundigen of de ondernemer er echt iets aan heeft, dus of het een toegevoegde waarde is voor de ondernemer. Dan pas kun je samenwerken, een heffing toepassen of een soort van pasje invoeren.

Als voorbeeld gaf een van de deskundigen het verdienmodel 'weidemelk verkopen' waarbij 2 cent extra wordt verdiend voor het landschap. Dit werkt en is aanvullend op algemene heffingen. Natuurelementen in de supermarkt werden ook genoemd.

Een van de respondenten gaf aan dat Salland niet goed wordt vermarkt en ook niet goed in stand wordt gehouden. Ook wordt er weinig tot geen nieuwe invulling gegeven. Het landschap moet meer structureel worden vermarkt. Het is allemaal tijdelijk. Hierop werd ingehaakt met een verdienmodel. Een pasje waarbij er korting wordt gegeven op een kopje koffie in een hotel. Hiermee wordt de regio gepromoot en komen meer mensen naar een gebied. Ook gaf de deskundige aan zelf lid te zijn van een vriendenclub waarbij men 25 euro in het jaar betaalt. Hiervoor krijgen ze een boekje en informatie over van alles wat er te doen is. Dit kan ook werken in Salland, volgens de respondent.

Een van de deskundigen gaf aan het niet eens te zijn met deze mogelijkheden. Hij gaf aan dat men moet gaan voor algemene heffing. Dit zal structureel werken. Er dienen afspraken te worden gemaakt met gemeentes en dan op het niveau van Salland. De deskundige vond het erg teleurstellend dat al deze kleine initiatieven niet landschapdekkend zijn. Er werd bijvoorbeeld genoemd: iedereen vindt het landschap belangrijk. Dan moeten we ook met zijn allen bereid zijn te betalen. Ook gaf de deskundige aan dat als er nieuwe ontwikkelingen worden ingevoerd, het erg belangrijk is dat deze goed worden gecoacht door een ambtenaar. En dat wanneer men voor een verdienmodel kiest, het er wel echt moet zijn. Er moet wel draagvlak zijn. Het moet niet alleen per gemeente worden besproken, maar ook per gebied. Er is echter geld genoeg. Rijke pensionarissen krijgen op de bank niet veel rente meer voor hun geld. Als zij dan één euro extra zouden moeten betalen voor een campingplek, zijn ze hiertoe bereid, volgens de respondenten.

Vervolgens is een aantal belangrijke kernwaarden uit het desk- en veldonderzoek voorgelegd aan de deskundigen. Hieraan toevoegend werd het 'uniek zijn' genoemd, waarbij gelijk een voorbeeld van een verdienmodel werd beschreven, namelijk: bijzondere verblijfsconcepten die speciaal zijn ontworpen voor specifieke landschappen. Hierbij wordt een verhaal verteld; het werkt en mensen willen hiervoor betalen. Hierbij ontstond een discussie waarbij men zich afvroeg hoe de stichting hiervoor geld krijgt. Als antwoord gaven ze dat het samen opzetten met de ondernemer goed kan werken. De stichting zal hierbij goed moeten nadenken over wat authentiek is in Salland.

De antwoorden laten zien dat er positieve en negatieve ideeën zijn over de initiatieven voor vrijetijdsgebruik in het landschap en de manier van betalen hiervoor. Er zijn vele mooie initiatieven. Wel moet men grootschalig denken, anders zou het structureel niets opleveren. De algemene heffingen blijven belangrijk. Een van de respondenten gaf aan dat het landschap non-exclusief is, dit betekent dat het plaatsen van toegangshekken geen zin heeft. Hieraan zal het landschap zelfs te lijden hebben, volgens de deskundige. Een algemeen kortingspasje is ook een vorm van een heffing en zou goed kunnen werken. Dit kan ook in Salland waarbij je bijvoorbeeld moet denken aan een over jaar de toeristenbelasting te herdefiniëren.

De laatste vraag aan de respondenten was: 'Heeft iemand vandaag in deze focusgroepbijeenkomst nog dingen gemist, of zijn er aanvullingen en/of laatste tips? Een van de deskundigen gaf aan dat doorgaande wandelroutes een goed verdienmodel kunnen zijn in Salland. Aan het eind van de dag willen mensen terug naar de auto of het station. Als je dan kijkt naar het concept natuurtaxi, dan willen mensen hier best geld voor betalen, maar het moet er wel zijn. Ook miste de doelgroep de ouderen. De onderzoeker had het over de doelgroep 41 tot en met 60 jaar. Maar de doelgroep die nog iets ouder is, is een kapitaalkrachtige doelgroep die iets minder mobiel is en Salland een hele uitdaging vindt, terwijl zij vroeger de hele wereld over reisde. Verder werd de optie natuurbegraafplaats nog even besproken. Seizoensafhankelijkheid werd ook genoemd. Er werd aangegeven dat je publieke middelen nodig hebt, maar ook iets uit de markt. Vervolgens ontstond er een discussie over de E-bike. Met de opkomst van de E-bike hebben delen van Nederland geen last meer van de tegenwind, denk hierbij aan Friesland en Zeeland. De E-bike wordt veel gebruikt. In Salland is men nog weinig faciliterend. De kwaliteit en bewegwijzering is wel veel beter dan bijvoorbeeld in Friesland. Maar langs de fietsroutes kon men nog nergens een kopje koffie drinken. Hierop haakte een andere deskundige in. Deze gaf aan dat vrijkomende agrarische bebouwing wellicht interessant kan zijn voor jonge mensen die nog een invulling willen geven aan het leven. Als het gaat om bebouwing en landschap is het belangrijk om met statiegeld te werken, dit moest volgens de respondenten veel verder worden uitgewerkt. Statiegeld zorgt ervoor dat de ondernemer, wanneer deze het gebied verlaat, alles weer in goede staat moet teruggeven aan het landschap.

Bijlage XIX Toelichting toetsingscriteria

App

Het ontwikkelen van een App is binnen 2 jaar haalbaar. Het eerste half jaar zal vooral gaan om het ontwikkelen van de app. En het tweede half jaar om het marketingplan. Hierna zal het plan worden uitgevoerd. Vanuit financieel oogpunt is dit verdienmodel haalbaar. De marketing van de App zal geld kosten maar deze passen binnen het budget van Stichting Kostbaar Salland. Door in te spelen op de trend technologisering kan de App er voor zorgen dat het wandelen in het Sallandse groene gebied aantrekkelijker zal zijn voor de consument. Het invoeren van een nieuwe wandelapp is niet meer dan andere wandelingen van invloed op de ruimtelijke omgeving van het landschap, hieruit volgt dat het functioneel haalbaar is.

Bijzondere verblijfsaccommodaties bij agrariërs

De Stichting zal samen met de agrarische ondernemers moeten initiëren wat zij precies willen opstellen. Het is van belang dat de accommodatie de plattelandsbeleving overdraagt aan de consument. Er zal moeten worden gekeken of er leegstaande boerderijen kunnen worden ingezet bij het nieuwe verdienmodel waarbij men ondernemers aanspreekt en samen gaat werken. Dit is een grote investering en dit zal de Stichting samen met de ondernemers kunnen bedenken en financieren. Dat dit advies binnen twee jaar haalbaar is is dan ook ondenkbaar. Ook is hiervoor meer onderzoek nodig naar hoe het met de huidige bezetting zit van boerderijen die zich als bed en breakfast in de markt zetten. Als er voldoende draagvlak is zal het concept kunnen werken. Aan het landschap zal het geen extra schade toebrengen omdat het om bestaande of leegstaande gebouwen gaat.

Natuurevenementen

Natuurevenementen passen niet geheel bij de missie en visie van de Stichting. Hoe duurzaam ook ze brengen schade toe aan het landschap. Er zal dus moeten worden nagedacht over hoe dit op een zo duurzaam mogelijke manier kan worden ingezet als verdienmodel. Een natuurwerkdag zorgt ervoor dat er samen aan de natuur wordt gewerkt door middel van het onderhouden van natuurelementen. Natuurevenementen zijn arbeidsintensief. Het kost veel tijd en veel geld. Wel kan er hiermee een grote betrokkenheid bij het landschap worden gecreëerd. Stichting Kostbaar Salland zou zich hierbij kunnen laten zien als landschapsbeheerfonds en meer naamsbekendheid kunnen genereren. Voor zowel ondernemers als vrijetijdsgebruikers zouden evenementen kunnen worden georganiseerd. Uit het documenten onderzoek is gebleken dat er veel succesverhalen bestaan over fairs waarbij een ticketprijs wordt gevraagd. Uit het veldonderzoek kwam eveneens de mogelijkheid om landschapsveilingen te organiseren. Organisatorisch is een natuurevenement voor de Stichting niet haalbaar omdat het veel aandacht en tijd zal kosten van de vrijwilligers.

Streekproducten

Het aanbieden van streekproducten via agrariërs waarbij een gedeelte naar de Stichting gaat is binnen twee jaar haalbaar. De verkoop van streekproducten past eveneens bij de missie en visie van Stichting Kostbaar Salland omdat het om producten gaat die direct van de boer komen en hiermee dus de agrarische sector en dus het landschap ondersteunen. Er kan een percentage gevraagd worden voor Stichting Kostbaar Salland. Het is belangrijk hierbij te vermelden dat dit wordt geïnvesteerd in landschapsbeheer. De haalbaarheid van dit voorstel zal voornamelijk veel tijd kosten. Voor de boer omdat hij zich gaat richten op een andere doelgroep en producten zal verkopen als; melk, bloemen,

etenswaren en dit extra tijd kost. Het totaalplaatje moet worden aangekleed. Het zijn niet meer de leveranciers die producten komen afnemen maar de vrijetijdsgebruikers. Ook zal er onderzoek moeten worden gedaan naar welke producten het beste kunnen worden aangeboden aan de vrijetijdsgebruikers. Uit het onderzoek is naar voren gekomen dat de producten waarbij het om biologische streekproducten gaat dat vrijetijdsgebruikers hier het meest voor zouden willen betalen (25 %). Voor streekproducten in zijn algemeenheid geldt dat ze bereidt zijn 8 % meer te betalen. Als laatste is deze optie te kleinschalig, het levert op lange termijn niet structureel genoeg geld op om landschap afdekkend te kunnen zijn. Ook zal het invoeren van een logo een grote investering zijn waarbij het lang zal duren voordat de investering is terug verdiend.

Bijlage XX Projectplan voor het implementatieproject

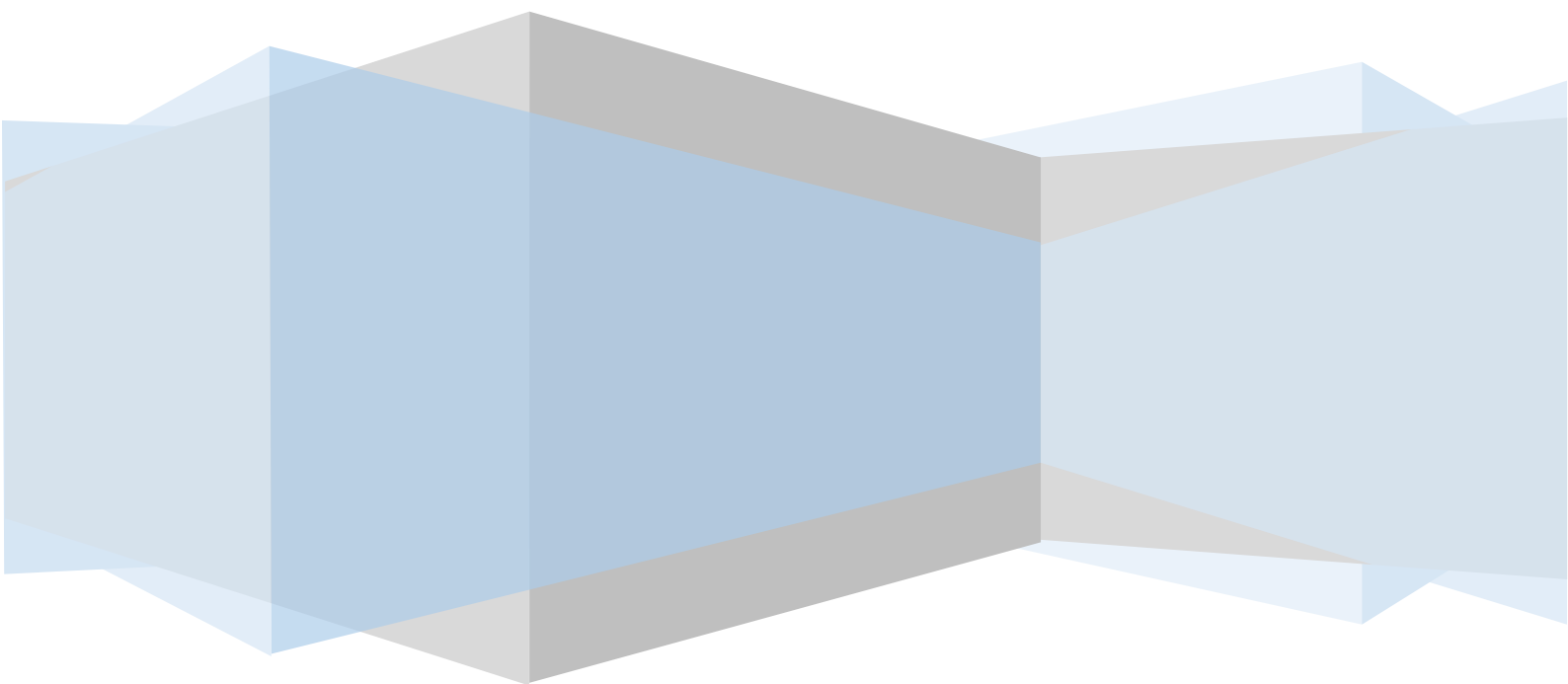
Fasering/activiteiten	(tussen) resultaten/producten	Start	Eind
Fase 1: Ontwerp	Minimaal: – Implementatieplan inclusief activiteiten – Actielijst	December 2016	Januari 2016
Activiteiten die in deze fase moeten worden uitgevoerd: – Focusgroep samenstellen met verschillende natuur organisaties om wandelingen met beleving op de kaart te zetten en te brainstormen over de app – Onderzoek doen naar de wensen en behoeften van de vrijetijdsgebruikers tijdens een wandeling om ze te stimuleren voor het project – Ontwikkelen implementatieplan – Actielijst ontwikkelen – App specialisten benaderen en informeren voor het bouwen van de app			
Fasering/activiteiten	(tussen) resultaten/producten	Start	Eind
Fase 2: Voorbereiding	Minimaal: – Beschikbare mensen en middelen – Actielijst	Januari 2016	Mei 2016
Activiteiten die in deze fase moeten worden uitgevoerd: – Vrijwilligers zoeken die meehelpen in het organiseren van de introductie van de app– – Minimaal 1 betaalde kracht aanstellen voor het updaten van de app en de marketing – PR campagne ontwikkelen – Trainingen aanbieden voor ouderen om met de wandel app overweg te kunnen – Geschikte locaties in kaart brengen door heel Salland waar de wandelapp gebruikt kan worden.			
Fasering/activiteiten	(tussen) resultaten/producten	Start	Eind
Fase 3: Realisatie	Minimaal: – PR Campagne uitvoeren – Manier van communiceren bespreken met de lokale ondernemers waarmee wordt samengewerkt om de app te promoten	Mei 2016	November 2016
Activiteiten die in deze fase moeten worden uitgevoerd: – Gemaakte afspraken meten/evalueren – Gesprekken met de betrokken organisaties/ evalueren – Nazorg plan opstellen			
Fasering/activiteiten	(tussen) resultaten/producten	Start	Eind
Fase 4: Nazorg	Minimaal: – Resultaat; meer wandelaars in het gebied,	November 2016	Januari 2017

	samenwerkingen met ondernemers, een verdienmodel – Meer naambekendheid onder de vrijetijdsgebruikers en binding met Stichting Kostbaar Salland. – Wandelaars en lokale ondernemers op de hoogte houden met betrekking tot projecten van het beheren en onderhouden van het landschap.		
Activiteiten die in deze fase moeten worden uitgevoerd: – Vrijetijdsgebruikers en lokale ondernemers op de hoogte houden met betrekking tot projecten van het beheren en onderhouden van het landschap. – Informatie en interactie op app vernieuwen en up to date houden – Terugkoppeling doelgroep: feedback vragen; hoe wordt de app ervaren?			

Transcripten & codering

Behoud, beheer en herstel van het
Sallandse cultuurlandschap

Lindsay Ehringfeld



Inhoudsopgave

Interview 1 uitgetypt	102
Interview 2 Uitgetypt	107
Interview 3 Uitgetypt	113
Interview 4 Uitgetypt	118
Interview 5 Uitgetypt	124
Interview 6 Uitgetypt	129
Interview 7 Uitgetypt	136
Interview 1 Gecodeerd	141
Interview 2 Gecodeerd	148
Interview 3 Gecodeerd	154
Interview 4 Gecodeerd	160
Interview 5 Gecodeerd	166
Interview 6 Gecodeerd	171
Interview 7 Gecodeerd	178
Fragmenten	184
Interviewtranscript focusgroepgesprek: Lindsay Ehringfeld	217

Interview 1 uitgetypt

Interviewtranscript: Lindsay Ehringfeld

Interview met: Dhr. Jongsma

Functie: Senior adviseur bij Landschap Overijssel

Interview door: Lindsay Ehringfeld

Locatie: Saxion Deventer

Datum: 19 april 2016

Schuin gedrukt: Interviewer

Dik gedrukt: Dhr. Jongsma

Ik zal het gesprek opnemen is dat goed? **Ja hoor**

Uhm Stichting Kostbaar Salland wil graag uhm nieuwe financieringsbronnen vinden bij de vrijetijdsgebruiker en het is erg lastig omdat uhm mensen zijn niet echt gelijk bereidt om te betalen voor het landschap. Nee. Ik heb al wel via mijn theoretisch onderzoek gevonden dat als er beleving wordt toegevoegd dat het dan een toegevoegde waarde kan zijn en dat ze dan wel willen betalen. ja. En eigenlijk ga ik nu experts interviewen om te kijken wat ze doen en of de mogelijkheden ook past bij de stichting. Oke. En de stichting die financiert eigenlijk de agrariërs in het landschap en geeft een vergoeding voor 21 jaar. Hm. Ja die wil dit ook blijven doen. Nu is er nog geld maar voor de toekomst is er nog geld nodig. Ja precies snap ik. Is me bekend ik ken Stichting kostbaar Salland goed. Oh u kent het al goed. We ondersteunen ze heel erg ik ken het allemaal.

Ik wil graag beginnen met wat is uw functie binnen het bedrijf en waarom u deze baan heeft? **Waarom ik deze baan heb moet je bij de directeur vragen. Haha. Nee waarom u deze baan heeft gekozen. Nee ik ben senior adviseur landelijk gebied ik zal me kaartje geven heb je dat gelijk bij de hand en ik werk hier sinds 2008 werk ik hier. Oke. Ik werk bij de afdeling landelijk gebied heet dat en uhm zal ik je heel even kort vertellen over Landschap Overijssel. Hoe en wat. Want wij zijn een club die heeft eigen natuurterrein, in Salland: Poetlerrerveld, met name in Twente vrij veel, Limberg. Waar je nu bent de Horte, en we zijn uhm een club die zich inzet voor landschap buiten natuurterreinen en de groene en blauwe diensten waar Stichting Kostbaar Salland mee bezig is. Ik werk op de afdeling landelijk gebied. Oke. Ik vind het eer om bij een natuur- en landschapsorganisatie te werken dus vandaar. Dus het is ook echt een hobby? Nou ik ben niet echt uhm nee ik ben geen type die in het weekend vogels zit te kijken of iets dergelijks. Ik weet er wel vrij veel van af dat wel maar dat doe ik niet.**

Kunt u mij iets vertellen over de visie missie van het bedrijf?

Ja wat wij uhhhhhhhm proberen te doen is we geloven dat natuur en landschap van waarde is voor mens, plant en dieren. Daar zetten wij ons voor in. Een stem laten horen voor natuur en landschap. Wij hebben 3 verschillende manieren, uhm 4. Een hoederol voor bescherming voor ruimtelijke ordening, als gastheer welkom heten, organiseren door middel van een adviseur en we doen heel veel projecten dus meer de uitvoerders kant, maar we geven wel mee dat het van waarde is voor mens, plant en dier. Beschermen is een beetje onze missie.

Hebben jullie ook vrijwilligers in dienst. Niet in dienst, maar we hebben heel veel vrijwilligers. We werken met een groep van, uhm als je telt 7000 vrijwilligers. De vrijwilligers zagen in het landschap. *Ohja dat is veel.* Peilbuizen kijken hoe hoog het water is, plantjes tellen, ook mensen die gastheer zijn in onze bezoekerscentra in het landschap. uhm of gids zijn of bijeenkomsten begeleiden en noem maar op.

En is er een groei in het toerisme het gebied waar jullie werkzaam zijn?

Het toerisme trekt wel aan, maar het is wel een hoek waar je moet oppassen wat je gaat doen. Je kunt niet zomaar standaard alles op toerisme gaan doen nee. Je moet het wel uniek gaan neerzetten. Dus er is wel een markt. Overijssel is wel druk bezig zichzelf in de markt te zetten. Overal vakantiehuisjes neerzetten dat werkt ook niet meer. Je moet wel een uniek aspect gaan maken.

Ja, en wat is jullie belangrijkste doelgroep? Onze belangrijkste doelgroep qua leeftijd en qua werk. Ja, we hebben het wel ingedeeld in verschillende 'mentality groups' heet dat van Motivaction dat is een bedrijf, moet je even op de website kijken later. Die hebben verschillende doelgroepen. Wij zitten vooral bij de post-materialisten, hedonisten en in die hoek zitten we een beetje. We zitten niet bij de traditionele burgerrijk. Vooral bij de post-materialisten. Maar als je kijkt naar onze vrijwilligers zitten we wel bij het hogere segment. We werken met ouderen we hebben ook wat jongeren, maar we organiseren voor onze doelgroepen op scholen bezoekerscentra ook bijeenkomsten we organiseren breed. We zitten het meeste bij de groep die ik net noemde.

Oké, en wat is nou eigenlijk de waardepropositie van het bedrijf. Wat maakt het waardevol dat jullie bestaan voor anderen? Omdat wij ons uhm inzetten voor natuur en landschap. We zijn een maatschappelijk organisatie dus dat is een beetje een andere rol die je hebt. We zetten ons daarvoor in, maar m wat wij uhm zeggen dat wij bieden is dat het landschap van zoveel waarde is. We hebben 5 metaforen gebruikt, voor het landschap dat is dat het als een natuurlijk fabriek heel belangrijk is, decor voor wonen en recreëren en, klopt weer met jou verhaal veel. Maar ook een allesreiniger is een woord heel veel co2 vastlegt groen medicijn, buitenwereld heel gezond, en dat het thuis plek is. en dat is eigenlijk wat het landschap bied. En het is waard om te investeren en je best te doen voor het landschap. Dat proberen wij heel erg neer te zetten ook richting andere mensen. *Ja.* Tring. Zal deze even stilzetten voor je. *Ja is goed.*

Met welke belangrijke stakeholders heeft uw organisatie te maken en welke samenwerkingen zijn er.

En dat bedoel je dan op het gebied van recreatie? Of in brede zin. *Ja op het gebied van recreatie. Ja, anders dan word dat wel te breed.* Nee uhm even terug op je vorige vraag specifiek naar recreatie gekeken dan is wat wij bieden is vooral ook heel veel, we hebben drie bezoekerscentra in Overijssel, uhm in ons natuurterrein liggen, we bieden ook excursies, cursussen en dat soort zaken allemaal. En waar werken we veel mee samen dat zijn uhm, met name uhm samenwerkingsverband gastvrij Overijssel. Dat is provincie breed en daar zit de RECRON in Veluwe Wee, en meer recreatiebedrijven noem maar op daar werken we mee samen. We werken ook samen met individuele recreatie en horeca ondernemers. Met gemeenten lokale projecten die hier aan relateren. *Oké.*

En uhm loop je ergens tegenaan als je kijkt naar ervaringen met vrijetijdsgebruikers en dat ze willen betalen voor landschap of doen jullie dat niet direct? Uhm nee we laten ze niet direct betalen voor landschap. We hebben er al eens onderzoek over gedaan naar uhm omdat het uhm het hangt een

beetje af hoe je het gaat doen namelijk, dat is heel belangrijk. Uhm en als je kijkt naar landschap. *Ja, ik bedoel de succes- en faalfactoren.* Ja precies, wat mijn ervaring is dat uhm de langste drempel die je moet hebben is dat ondernemers die een opdracht willen doen voor. Wij kunnen het zelf niet innen want het is een landschap waar je door heen fietst, dus je moet draagvlak creëren bij partijen die contact hebben met de toerist en recreanten. Dat zijn wij niet alleen. Als je naar het landschap kijkt dan is het lastig. In ons eigen natuurterrein hebben we er ook eens naar gekeken wat de mogelijkheden zijn. Dat soort Nationale trust van die parkeerplaatsen waar je een euro, dollar of een pond zo noemen ze het daar, in moet gooien. We hebben al eens verkend in Lemelberg, maar het druist tegen onze principe in dat er een hek omheen komt waar je niet in mag komen. *Ja.* Dus dat is iets wat lastig is. Uhm voor de rest met de recreatieondernemers hebben wij de ervaring van ja we betalen toeristenbelasting dus we hebben geen zin om meer aan te doen. Dus dat is een drempel waar wij heel vaak tegen aan lopen.

Ja, dus jullie zoeken het niet echt bij de vrijetijdsgebruikers? Nouja, via de ondernemers. De gedachte is dat als ze iets gaan drinken dat ze betalen, ze drinken niet bij ons maar bij de ondernemers. Die zeggen dan ja we betalen toeristenbelasting en hebben geen zin meer te doen. Het is moeilijk, dus we doen het eigenlijk niet. Als je het wil moet je eerst investeren in de ondernemers en dan pas kun je bij de mensen terecht. *Ja.*

Wat zijn de huidige financieringsbronnen op het gebied van landschap voor de organisatie? Voor ons? Ja, waar krijgen jullie nu geld van? Wij krijgen geld van uhm eigen inkomsten die we hebben van onze eigen natuurterreinen die we hebben. We krijgen inkomsten van de producten die we hebben, graan gras noem maar op. We verpachten land en hier krijgen we geld mee. Boerderijen die we op erfpacht hebben krijgen we geld mee, dus daar hebben we inkomstenbronnen zitten. We krijgen geld van fondsen van goede doelen op verschillende manieren maar ook geld van overheden. Dat is beheer van natuurterreinen van de provincie, Maar ook vrij veel samen doen we met gemeenten waar we financiën mee krijgen. Dat zijn de belangrijkste inkomsten die we hebben. We hebben natuurlijk onze eigen donateurs 10.000. Iets meer dan 10.000 en bedrijven die ook geld geven aan ons. *Oké. Oké, en die doen dat omdat ze het landschap belangrijk vinden?* Ja, ja.

En die financieringsbronnen die zijn gewoon stabiel en zullen in de toekomst ook blijven? Nee, dat weet je nooit want we hebben al wat bezuinigen gehad, maar nee uhm het is nooit zeker. Die inkomstenbronnen die we hebben qua pacht en natuurgebieden die zijn wel zeker. Maar daar om heen is het elke keer spannend. *Ja.* Vandaar dat we ook staan te kijken om andere inkomstenbronnen te creëren, wat kun je daar mee doen. *Ja oké.*

Waar zit voor jullie de meeste kosten?

Uhm het beheer van natuurterreinen. *Dat doen jullie niet zelf toch?* We regelen onze eigen natuurterreinen zelf, we besteden het uit en huren mensen hiervoor in. We hebben zelf een aantal mensen buiten lopen. We huren aannemers in, bepaalde HBO 's die bepaalde dingen voor ons doen. Maar daar hebben we geld voor nodig. We hebben geld nodig om landschap mooier te maken om leefbaar te maken en daar hebben we geld voor nodig. Dus centraal voor projecten in en om het natuurterrein mooier te maken het landschap. Dus dat is eigenlijk ons grootste kostenpost in onze

organisatie.

Op welke manier staat het bedrijf in contact met de klant heb ik hier staan. Met wie je samenwerkt om het duurzaam te maken?

Nou ja duurzaam maakt altijd beter vind ik. We hebben altijd een groen karakter als natuurlandschaps organisatie en hoe wij dat doen? Wij uhm en nou even toegespitst op die vrijetijdseconomie want er zijn heel veel kanten van het verhaal. Wij hebben een bezoekerscentra van waaruit wij heel veel dingen organiseren en een heel programmaboekje, dat zal ik je meteen laten zien allemaal. Hierin zie je allemaal activiteiten staan, mensen in contact en excursiegidsen en bijeenkomsten. Die uhm hanteren wij uhm en dat komt heel vaak in de media te staan. Een website die Goed bezocht wordt waar alle routes op staan die wij hebben. *Hm Hm.* Een app gemaakt waar iedereen in het landschap routes kunt downloaden waaruit je kunt wandelen. *Dat is ook gratis denk ik He?* Ja die app is gratis. De app is ontwikkeld met overheidsmiddelen dus daar kunnen we geen geld voor vangen. Want de overheid betaalt dat weer. We hebben het overwogen om het betaalbaar te doen. We maken nou een boekje en dat betalen we zelf. Een wandelroute die gaat door met het geloof het landschap heen. Een pelgrimsroute. Uhm we zijn in contact via een magazine die we hebben. We brengen een magazine uit bij de mensen. En via ons project natuurlijk hebben wij contact met mensen. We organiseren donateursavonden een gesprek met de donateurs om te horen wat zij willen vertellen wat wij doen. Vrijwilligersavonden met de mensen in gesprek zijn. We zijn er op verschillende manieren mee bezig. *Oké.*

En uhm voor de toekomst hebben jullie nieuwe dingen die jullie willen gaan doen? Veranderingen die nodig zijn? Uhm dat is een beetje hetzelfde als Kostbaar Salland ook zegt. We zijn altijd op zoek naar methodes om onafhankelijk te worden van externe financiering. *Ja.* Dat is wel een grote opgave. Dus we gaan wel kijken met wat voor methodes je kunt doen. We zijn bezig met een landschapshotel met een onderneming die het landschapshotel ontwikkelt. Kunnen we daarin samenwerken en een stukje van de opbrengst investeren in het landschap, dat ontwikkelen we. Uhm we zijn altijd aan kijken wat we met biomassa kunnen doen. Op verschillende manieren kijken we er naar om uhm.

Hebben jullie het idee of nog niet?

Nee, nog niet, en ik geloof niet dat het idee ook bestaat.

We hebben strategie eigenlijk je hoeft niet, het gaat niet om het idee. Want we hebben heel lang gewerkt aan leuke en vernuftige methodes om geld te verdienen. En uhm wat Salland ook doet, via die methode van booking.com. en dat loopt echt niet hard volgens mij. Dus en ik denk dat het vastligt als je niet in de harten komt van de mensen over het landschap. Als je niet eerst investeert in de ondernemers dat je dan het landschap laat zien als iets wat mensen moeten ervaren en beleven. Je moet er mee verbinding krijgen. *Ja, eerst laten zien.* Laten zien aan de mensen en betrokken laten worden. Dan pas kun je gaan oogsten. Dat vergeten we en dat je heel erg gauw in technische oplossingen gaat denken. *Ja precies.* Al voordat ze er zijn geweest moeten ze geld investeren. En zeker ook niet ondernemers. Ik denk dat heel veel mensen bereidt zijn iets te betalen voor landschap, maar omdat wij en kostbaar Salland niet direct in contact staat met de vrijetijdstoeristen en recreanten. Moet je via andere partijen doen. Als andere partijen niet het gevoel hebben, wat Kostbaar Salland heeft dan schiet het niet op. Dan moet je investeren om de eerste stap te zetten en verbinding te maken en jij noemde het waardepropositie, maar vooral die verbinding maken met de mensen. Maar wij zitten

vooral op de lijn dat we mensen verbinden met het landschap en dat zijn lokale mensen en ondernemers, noem maar op eigenlijk. Die verbonden voelen. Er komen vanzelf goede ideeën boven borrelen wat ze kunnen gaan doen. Vriend of donateur willen worden, of ze gaan wat creatiefs doen. Net zoals bookdifferent.com. Noem maar op eigenlijk. Vooral die stap ervoor moeten we niet vergeten, die is vooral belangrijk. Want de voorbeelden zijn er te over, qua ideeën. En als je het echt wil veranderen dan moet je toeristenbelasting veranderen. Dat is denk ik de belangrijkste stap.

Maar je zou ook iets kunnen ontwikkelen in het landschap. Maar dat is misschien niet duurzaam? En daar geldt voor vragen?

Dat is waar wij mee bezig zijn in Twente met het landschapshotel. Lodges neerzetten in het landschap. *Dat werkt natuurlijk ook wel.* Je zet het neer en het is een unieke beleving die je neerzet. Ze doen dat omdat het in een mooi landschap is en dat verdiend. De ondernemer verdient er geld aan en er gaat een stukje naar het fonds toe. Proberen het landschap weer mooi te maken met dit fonds. Dat is wel iets waar je doelgericht aan moet werken, ook daar heb je een ondernemer voor nodig. Dat is niet de corebusiness van Kostbaar Salland of Landschap Overijssel om dat soort dingen te gaan doen. Je moet altijd partijen vinden die hierin meegaan en die gedachten hebben. Dat is voor mij stap 1 om te gaan doen altijd.

Ja, dan zou je dus wel een plan kunnen verzinnen en ondernemers kunnen betrekken?

Precies zij kennen veel beter nog de recreatiemarkt, of toerismemarkt dan wij of Kostbaar Salland dat weten. Wij weten het verhaal en de beleving over een mooie plek te vertellen. Dat kennen wij vrij goed, maar zij weten vooral goed hoe het werkt allemaal. Hoe een hotel werkt, hoe een lodge werkt en noem maar op eigenlijk. Hoe je de marketing goed kan doen. Dat is niet onze corebusiness. *Nee.*

En eigenlijk hebt u het al genoemd. Hebt u nog aanbevelingen voor Kostbaar Salland qua financieringsbronnen en mogelijkheden?

Ja, ik zal dus vooral wat ik net zei investeren in het laten zien wat een landschap allemaal inhoudt. De waarde ervan en de mensen er op verbinden. Ik bedoel dus ook echt mensen, de ondernemer. Dus je moet vooral die mensenkant doen. Je moet daar vooral op investeren ook. Uhm meer toevoegt dan dat je denkt een technische oplossingen.

Ja, je kunt bij de boer tour de boer gaan doen? En daar krijg je een heel klein iets van terug. Ja, maar daar krijg je niks van terug. De vraag is hoe duurzaam het is. Als de boer zegt ik doe één keer mee en daarna niet meer. Ja. Dus als je het duurzaam wil doen dan werkt het niet. Wij werken met een systeem van dat wij een soort van trap hebben. Het begint met latente betrokkenheid. Dus mensen die voelen dat het belangrijk is, zijn echt betrokken bij het landschap. Tot en met wat kan ik dan doen voor het landschap/handelsperspectief. Ik wil wat doen voor het landschap/ ik blijf altijd wat doen voor het landschap. Dus weet je, die die die die die die lijn denk je al snel aan. Maar je zit al heel snel te denken wat kunnen mensen doen voor een landschap, maar als ze zich niet betrokken voelen houdt het al snel op. Ja.

Dus die stap moet je eerst doen volgens mij. *Ja oké.* Dat is mijn advies en mijn ervaring. En qua ideeën zijn er nog meer dan genoeg. Ik kan je wel tig ideeën noemen zoals maar uhm van uhm accijns boven op producten, restaurant accijns, Rekening geven dat je zegt van uhm ja als je 100 euro geeft. Deze

rekening is 110 euro dus als je er tien euro af haalt dan uhm. Moet je de restauranteigenaar mee krijgen.

Dat is mijn advies eigenlijk.

Nou bedankt voor het interview

Succes ook nog met jou mooie interview.

Interview 2 Uitgetypt

Interviewtranscript: Lindsay Ehringfeld

Interview met: Dhr. Rodijk

Functie: Beleidsadviseur Ruimtelijke ordening gemeente Raalte

Interview door: Lindsay Ehringfeld

Locatie: Saxion Deventer

Datum: 20 april 2016

Schuin gedrukt: Interviewer

Dik gedrukt: Dhr. Rodijk

Oké, zal ik beginnen? **Ja is goed prima, Ja.**

Vind je het goed als ik het gesprek opneem voor het uitwerken van het verslag? **Ja.**

Ik wil graag beginnen met wat is uw functie hier binnen de gemeente en hoe lang werkt u hier al?

Oeh dat is al heel lang. Ja. Ja, ik werk hier al sinds 1981, dat is al heel lang en toen was je er waarschijnlijk nog niet. Nee klopt. Ik werk hier op dit moment als beleidsadviseur ruimte en programma coördinator, dat wil zeggen dat ik uhm voor de openbare ruimte alle taken doe die met beleid maken hebben en lange termijn programmering. En dan echt in Raalte He? **Ja, dan hebben we het over de hele gemeente Raalte. En hebben we het over bewegen, openbare verlichting, riolering over landschap, over groen en speelplaatsen uhm eigenlijk heel veel van dat soort zaken die bij elkaar komen. Dat doe ik sinds een jaar of 5 en voor die tijd was ik uhm uhm beleidsmedewerker groen en landschap hier in Raalte. Ja, dat is dus echt relevant voor het onderwerp. Ja, dat is echt relevant.**

En u bent al bekend met Stichting Kostbaar Salland? **Ja zeker. Hoe kan dat eigenlijk?** **Ja, wij hebben in 2007 en 2008 met de gemeente Deventer, Olst en Wijhe het basale landschapsontwikkelingsplan opgesteld, het BLOP. Ja, oké. En vanuit het LOP zit ook een uitvoeringsparagraaf en uitvoeringshoofdstuk. En in dat hoofdstuk is aangegeven zeg maar dat we ook willen inzetten op uhm**

ontwikkelen van groene en blauwe diensten. Dat is al verder in ontwikkeling gekomen in 2008, 2009 en toen is ook Stichting kostbaar Salland opgericht. Ik heb dus mede aan de wieg gestaan van de stichting en dan meer vanuit de ambtelijke invalshoek om Stichting Kostbaar Salland in het leven te roepen. *Ah oké. Ja.*

Oké. En uhm kunt u mij meer vertellen over de uhm visie missie uhm van de gemeente uhm ten aanzien van waarborgen van landschap? Ja, uhm ja uhm als je het hebt over het landschap dat ja dan ga je toch weer terug naar het landschapsontwikkelingsplan van 2008. Die zul je waarschijnlijk al ingezien hebben. *Ja.* En in dat landschapsontwikkelingsplan wordt de visie van het landschap weergegeven. En de visie sluit heel erg aan uhm zeg maar de geografie en het ontwikkelen van de kernkwaliteiten van de zeven deelgebieden. Want daar gaat het uiteindelijk om. In Salland zijn er verschillende gebieden, uhm gebieden gedefinieerd met bepaalde kenmerken. Het ene gebieden is open en het andere gebied is heel erg dicht. En dat is, dat is de visie over het landschap en die visie wordt in zeg maar plannen weer tot uitdrukking gekomen.

Ja, En uhm wat is jullie belangrijkste doelgroep en daarmee bedoel ik organisaties waarmee jullie samenwerken voor het behoud van het landschap. Zoals Stichting Kostbaar Salland daar doen jullie. Ja, daar doen we het nodige mee. Als je kijkt naar de hele periode dan is uhm zeg maar vanaf 2009 Stichting kostbaar Salland belangrijk, maar ook zeker Landschap Overijssel. *Hmm hmm.*

En de gemeente Deventer, Olst en Wijhe. Daarnaast kennen wij natuurlijk in het uhm uhm landelijk gebied een aantal andere partijen die ook van belang zijn zoals uhm LTO, dat is uhm de organisatie van landschapbouw-organisatie, en de agrarische natuurvereniging is een belangrijke. En de landgoedeigenaren OBG zijn belangrijke partners. En met die partners hebben wij ook de afgelopen vijf zes jaar de nodige projecten gedaan. Alleen uhm toen die subsidiestromen ophielden in 2013 toen uhm zijn er heel veel van die projecten afgerond en afgesloten. Belangstelling is er nog steeds voor nieuwe projecten. Projecten die voort blijven bestaan dat uhm gaat dan over de groene en blauwe diensten. En daar doen wij heel veel dus uhm ja daar doen wij zaken en de samenwerkingsovereenkomsten met Stichting Kostbaar Salland.

Ja, en wat is eigenlijk het belangrijkste, want jullie zijn er voor heel veel organisaties voor landschap. Wat is dan eigenlijk het belangrijkste dat jullie wel kiezen voor Stichting Kostbaar Salland, of uhm dat jullie misschien al langer samenwerken. We werken, zeg maar uhm de samenwerkingsovereenkomst is opgezet om de stichting Kostbaar Salland om daar mee een onafhankelijke stichting te hebben in Salland die zorgen, draagt aan een duurzame in stand houden van landschapselementen. En uhm zoals je weet worden daar contracten voor afgesloten voor een periode van 21 jaar. En uhm ze beheren dus ook een heel groot fonds in uhm Stichting Kostbaar Salland. Ik denk dat een miljoen of 8 9 aan geld uitstaat. *Ja, dus dat is ook een groot bedrag.* En dat is allemaal voor de groen een blauwe diensten. Dat betekend dus ook dat het geld dat daar staat dat het los is van de gemeentelijke begroting uhm. Dat is allemaal geld voornamelijk van de provincie Overijssel en dat voornamelijk van de gemeenten komt. Uhm en daarmee zeg maar door Stichting Kostbaar Salland neer te zetten staan er geen reserves open bij de gemeenten. Die dus voor andere doeleinden gebruikt kunnen worden.

Nee, en uhm wat kunnen/ wat bieden jullie zeg maar aan organisaties aan als Stichting Kostbaar

Salland. Een stukje inzicht ofzo? Ja kijk, wat we naast geld uhm zeg maar dat is natuurlijk het belangrijkste. Uhm hebben wij uhm met name in die eerste periode een landschapcoördinator voor de drie gemeenten tot uhm 2013 was dat. Heel veel werk in gedaan. En uhm de rol van de landschapcoördinator is opgehouden te bestaan, er was geen geld meer voor. Maar wat we nog wel doen is Stichting Kostbaar Salland ondersteunen met allerlei, ja wat kleinere faciliteren. Als er bijvoorbeeld een keer moet vergaderd worden in het gemeentehuis/stadhuis bieden wij wat secretariële ondersteuning, of als er een grote mailing of brief verstuurd moet worden dan doen wij dat ook. Daarnaast hebben wij uhm heel veel bij de gemeente inhoudelijke kennis, gebiedskennis die wij inbrengen. En de bestuurlijke contacten natuurlijk. *Oké, ja. Oké, ja dat is natuurlijk ook heel erg belangrijk.*

En nu is Stichting Kostbaar Salland op zoek naar uhm nieuwe financieringsbronnen. Eigenlijk bij de in mijn onderzoek, bij de vrijetijdsgebruiker. Zit de gemeente, kan de gemeente daar ook bij helpen. Stel dat als ze een concept ontwikkelen voor een landschapsbeleving wat nieuw is, waar, waar de toeristen op worden aangetrokken. Ja. Zitten de gemeentes daar wel op te wachten? Oe uhm dat is zeg maar één vraag. Ja, uhm zeg maar dat is een hele goede vraag. Kijk, je moet dingen altijd zoveel mogelijk zeg maar zoveel mogelijk onderling samen aan te zien en het landschap is niet iets op zich. Dat heeft uhm zeg maar heel veel economische kenmerken als ik het zo mag noemen. En kijk hoe mooi en aantrekkelijk het landschap, trekt wel meer mensen voor uhm die hier komen om te ontmoeten en recreëren. En dat is meer een stukje economie. Dus uhm als je..

Ja, dat is dus ook weer dat de gemeente ook weer wil toch, ja Ja, om op die manier verbinding te leggen dat is uhm.. *Ja, ik had gisteren een gesprek met de heer Jongsma en die gaf aan. Je kunt als voorbeeld wel ergens een hotel plaatsen, maar uhm het lijkt mij meer dat je de ondernemers meer moet krijgen en dat het gaat om de verbinding met de ondernemers hoe hun denken over het landschap. En dat Stichting Kostbaar Salland als tussenpersoon daar bij zit. En dat ze met hun moet zorgen dat het duidelijk wordt, maar uhm ik stop met het idee van je kunt met iets nieuws, zelf ontwikkelen maar dat is niet wat de stichting wil. Ze willen het graag uitbesteden. Ja, ja de stichting is eigenlijk zeg maar een vrijwilligersbestuur en uhm zeg maar ze hebben geen mensen in dienst. Ja, die niet zelf entreekaartjes gaan verkopen. Ja, nee geen mensen die zelf heel veel uren kunnen maken en uhm vooral als uhm ze nog ook wat willen oppakken. Ja, en daar heb je zeg maar netwerken voor nodig en ook de benodigde professionele kennis.*

Ja, en denkt u ook dat het belangrijk is dat uhm de ondernemers, die dan, die je bijvoorbeeld aanspreekt of een boerderij of een boer bijvoorbeeld dat die dan uhm dat je daar moet zoeken. Dat je daar moet zorgen dat daar meer kennis over; je kunt bijvoorbeeld iets afdragen aan het landschap, je kan samenwerken met Kostbaar Salland. Uhm dat lijkt mij lastig. Ja, dat is natuurlijk heel erg lastig maar uhm wat nu belangrijk is en dat vind je ook terug in het uitvoeringsprogramma van het LOP, dat is uhm informatie educatie zeg maar en communicatie. Zorgen ervoor dat je de kennis over het landschap dat je dat levend houdt, dat je dat ook overdraagt en uhm en dat je verhalen kunt stellen. Want dan raken mensen geïnspireerd door verhalen. Ja, uhm dat is wat je moet doen. Ja. En je kunt op iedere plek in het landschap een verhaal vertellen uhm. Ja over de historie. Ja, over de historie over hoe het vijftig honderd of hoe het 500 jaar geleden was Ja, en dat is weer interessant voor

de vrijetijdsgebruiker. Ja uhm dat is wel een hele beperkte doelgroep. Want er zijn natuurlijk ook gigantische veel mensen die er met de fiets zullen reizen, rijden Juist moderner.

Wat zal volgens u een echte kans zijn voor misschien iets wat in Raalte gebeurt voor Stichting Kostbaar Salland om uhm de toeristen recreanten te krijgen. Dat is een hele lastige vraag want uhm het is ook zo dat heel veel wat eigenlijk Jongsma aangeeft hoe het een zaak is dat vanuit het ondernemerschap moet komen. Ja, en een kans zie ik wel in uhm in het leggen van verbindingen uhm niet alleen fysieke verbindingen; nat en droog, het waterschap is bijvoorbeeld bezig met allerlei wateropgaves waardoor de waterleidingen zeg maar natuurvriendelijke invulling krijgen en meer water in het gebied blijft. Daarmee creëer je zegt maar wel een mooi netwerk en allerlei mooie groene gebieden. Op zich is dat wel heel erg mooi maar waar het ook om gaat is dat uhm zeg maar dat je mensen en organisaties ook inspireert en dat is nogal lastig. Waar liggen dan die kansen? Misschien in de doorontwikkeling van het maatschappelijk verantwoord ondernemen in de agrarische sector. Je ziet dat en dat zie je ook steeds meer dat er toch wat milieubewuster en diervriendelijker wordt geproduceerd, dat wordt ook wel afgedwongen door de consument. Zo kan het ook door ontwikkelen van meer biodiversiteit in het landschap, dat kan ook aantrekkelijke factor kunnen zijn. Ja, en dat zou dan ook weer toeristen kunnen aantrekken. Een aantal jaar zijn wij in Zeeland op vakantie geweest en daar heb je langs die akkers van die bloemstroken. In juni en augustus is dat heel erg aantrekkelijk als je daar langs fietst of wandelt. Dat heeft een aantrekkingskracht voor toerisme, aan de andere kant zie je ook dat het voor het landschap en de landbouw ook zijn voordelen heeft.

Ja, en met welke stakeholders heeft de gemeente te maken met betrekking tot toerisme? Nou, dan hebben we in eerste instantie te maken met recreatieondernemers. Zeg maar, mensen die maar uhm de bungalowparken en de kampeerboerderijen, bed and breakfast, een aantal hotels hier in Raalte bezitten. Niet zo heel veel, maar ze zijn er wel. Dus dat zijn belangrijke stakeholders. Dan heb je vervolgens, even denken, het recreatieschap dat onderhoudt zeg maar alle recreatieve paden en infrastructuur.

Ook bijvoorbeeld organisaties met sport denk ik of niet? Maar sport is uhm, maar ik ben even op zoek naar Sallands Bureau voor Toerisme, SBT denk ik. Moet je daar maar even op zoeken want dat is een organisatie waar het nodige mee gedaan wordt. Als het gaat om sport dan is sport heel lokaal en meer individueel gericht. Dat mensen naar een sportschool gaan. Of echt mensen uit deze gemeente. Mensen die hier voetballen bij een Roda of wat dan ook.

Ja, en kunt u vertellen wat de ervaringen van de gemeente is betreft vrijetijdsgebruikers en het betalen voor het landschap? Want dat is wel echt uhm toerisme wil liever niet betalen voor het gebruik van het landschap. Nee. Doen jullie hier iets aan? Nee, we doen er niks aan. En zijn ook geen mogelijkheden hier voor bijvoorbeeld betaald gebruik van mountainbike wegen of dat soort dingen. Nee, dat is allemaal gratis toegankelijk. Ja, en zou dat een optie kunnen zijn dat er ergens geld voor wordt gevraagd, maar alleen als er een echt een nieuwe beleving wordt toegevoegd. Of zou dat te kleinschalig zijn? Denk ik nog dat het heel erg kleinschalig is. Weet je wat het is. Natuurlijk en landschap is net zoals de openbare ruimte. Het is zo vanzelfsprekend.

Maar het beheer is wel duur. Ja, het beheer is wel duur, ja maar dat het zo is dat zelfde maak ik ook zo mee met de openbare ruimte. Zo gauw je de voordeur uit gaat is het vanzelfsprekend dat er een stoep ligt, de verlichting brand, een riolering onder de grond waar het afvalwater en regenwater weg kan en dat de auto er geparkeerd kan worden. Mensen vinden het allemaal vanzelfsprekend. Hetzelfde geldt voor bomen en groen in de straat en zeker voor het landschap want dat staat veel verder van hun af.

Ja, klopt en uhm wat zijn kritische succes en faalfactoren van de gemeente om het financieren van organisaties in het beheer van natuur? Ja, ja dat is een wat lastige vraag. Als het gaat om het financieren van projecten in zijn algemeenheid dan is het voor de gemeente belangrijk dat daar een goed draagvlak voor is. Draagvlak vanuit de samenleving. *Ja.* En dat is waar uhm bestuurlijk heel sterk naar gekeken wordt. En daarnaast moet het natuurlijk ook ja uhm aansluiten bij het gemeentelijke beleid en de gemeentelijke visie. Landschapsonwikkelingsplan, daar ligt die visie. Dat is het gemeentelijke beleid. En uhm als er zeg maar vraag komt vanuit de samenleving en de samenleving organiseert zelf ook urgent het één en ander er om heen voor Stichting Kostbaar Salland. Dan is het voor de gemeente redelijk uhm dan is de gemeente wel bereidt om er op positieve manier naar te kijken. *Ja.* Ik denk nog niet dat er zomaar geld beschikbaar is. Want geld is ook een schaars goed op dit moment. En dat zal dan afgewogen moeten worden. Steken we het geld in het landschap of steken we geld in een nieuw kunstgrasveld voor de voetbal.

Ja klopt. En uhm met wie wil men samenwerken dat is dan eigenlijk duidelijk als het project wordt aantoonbaar vraag naar is. Ja, het moet wel vraaggericht zijn he. De tijd dat we uhm zeg maar als gemeente zoveel tijd en geld hadden dat we zo konden bouwen en subsidiepotjes beschikbaar konden stellen en we wisten nauwelijks of er vraag naar was. Die tijd is echt voorbij. Het moet van onderop komen. *Dus er moet ook onderzoek naar gedaan zijn en duidelijk zijn.* En de behoefte van onderop moet heel nadrukkelijk zijn en de samenhang en samenspraak die mensen daar in uhm uhm naar voren brengen. Als men als dorp gezamenlijk iets wil dan staat er al een hele krachtige lobby.

Ja, en op welke manier staat de gemeente in contact met uhm de organisaties die samenwerken? Zij kunnen het uitvoeren zeg maar. Geloof ik heb ik nu het idee. Welke organisaties doel je nou? Bijvoorbeeld uhm Stichting Kostbaar Salland. Ja, Stichting Kostbaar Salland, we hebben een samenwerkingsovereenkomst met de stichting. Daar is keurig in de statuten geregeld hoe we dat allemaal doen met elkaar. Daarnaast is er uhm periodiek overleg tussen uhm op ambtelijk niveau en er is één of twee keer per jaar een overleg tussen het bestuur van Stichting Kostbaar Salland en de wethouder. En de wethouder van Raalte is vaak ook het enige overleg waar de wethouders van Olst Wijhe en Deventer bij zitten.

Oké, en heeft u enig idee hoe het in de toekomst er uit gaat zien voor landschapsorganisaties? Positief of? Nou ja kijk, wat je heel erg ziet is. Want je ziet dat ze nu op zoek zijn naar nieuwe financieringsbronnen en dat soort zaken. Is het misschien wel...Ja, financiering blijft altijd een lastig vraagstuk. Zo lang we in Overijssel en in Salland de ambitie is om nog meer landschapselementen onder contract te brengen en die vraag er nog steeds is denk ik dat het belangrijk is om te blijven zoeken naar nieuwe financiering- en verdienmodellen. Dat je maar minder afhankelijk bent van de portemonnee van de gemeente of de provincie Overijssel. *Ja, ja.* Dat is gewoon een lastige opdracht die je van Annemieke hebt gekregen.

Dat is heel lastig om te onderzoeken! Alleen bijvoorbeeld welke rol zou Stichting Kostbaar Salland het beste kunnen aannemen voor bijvoorbeeld, ze kunnen zich als tussenpartij een rol aannemen of uhm ja zelf iets bedenken en dan door nieuwe mensen uitvoeren. Kijk, in eerste instantie is Stichting Kostbaar Salland een fondsbeheerder. Dat staat in de samenwerkingsovereenkomst en daarnaast hebben we het ook in de samenwerkingsovereenkomst geduid op het aanboren van nieuwe financieringsbronnen. Daarin krijgt Kostbaar Salland toch wel een initiatievenrol. Zo van, pak het op! En probeer kansen in de samenleving, probeer die te pakken en probeer die verbindingen te leggen en te zoeken. Dus dat zie je ook wel gebeuren. In de Salland Deal doen ze dat heel erg goed. Samen met alle groene organisaties hier in Salland. Dat wil niet zeggen dat die verbindingen altijd direct geld opleveren, maar die leveren zeg maar wel een goede samenhang en draagvlak op voor het verder ontwikkelen van plannen. En niet alleen voor Kostbaar Salland, maar ook voor het waterschap, LTO, de gemeentes en de agrarische cultuurverenigingen. Al die clubs die daar bij elkaar om tafel zitten. Dus dat is op zich wel een hele mooie. Alleen zeg maar, nieuwe initiatieven en nieuwe verdienmodellen.

Ja, en bijvoorbeeld een vrijwillige bijdrage vragen via ondernemers dat is een mogelijkheid. Ziet u daar een kans in? Ja, dan moet je wel het goede verhaal vertellen en welke ondernemers doel je daar dan op. Zijn dat de... De horecaondernemers vooral denk ik. Daarmee zie je het vaak gebeuren. Of bijvoorbeeld bij een bos vragen naar een vrijwillige bijdrage. Ja, ja. Omdat de natuurliefhebber vaker bereidt, schijnt te zijn. Maar een natuurliefhebber is misschien al lid van een natuurmonumenten- of wandelgroeporganisatie en daar betalen ze ook jaarlijks een bijdrage voor of geven ze een donatie. Hmm hmm ja, En we moeten kijken als Stichting Kostbaar Salland daar werkelijk waar iets mee wil doen moeten ze zich op één of andere manier onderscheiden. Ja, dan moeten ze dus nog iets meer doen waarschijnlijk. Ja zeg maar, dan moet het unieke van Kostbaar Salland naar mijn idee meer naar voren komen. Wat is dat dan en wat onderscheid Kostbaar Salland dan van ten opzichte van bijvoorbeeld een grote organisatie als natuurmonumenten.

Oké, en wat is hier in Raalte precies de kern waarvan van het landschap? De grote diversiteit, zeg maar en dat geldt dan voor heel Salland als je even zeg maar door de oogharen En naar het landschap in Salland kijkt dan loopt het eigenlijk van de Sallandse heuvelrug, Nijverdal Holten, in westelijke richting zeg maar richting de IJssel De IJssel is een rivier met een totaal ander landschap dan de Sallandse heuvelrug. Daar tussen liggen allerlei stroomruggen en stroompjes, dat maakt het heel erg gevarieerd. Hmmm Hmmm. Ja zeg maar, op een afstand van ongeveer 20 tot 25 kilometer. Dan kan je een dwarsdoorsnede goed ervaren, maar dan moet je het wel zien. Ja Klopt. Dan moet je het wel zien en moet je het verhaal wel kunnen vertellen.

Hm hmm, ja nou dat was het eigenlijk. Dat was het, oké nou mooi!

Interview 3 Uitgetypt

Interviewtranscript: Lindsay Ehringfeld

Interview met: Brigitte Keijzer

Functie: werkzaam bij Kracht van Salland

Interview door: Lindsay Ehringfeld

Locatie: Saxion Deventer

Datum: 21 april 2016

Schuin gedrukt: Interviewer

Dik gedrukt: Brigitte Keijzer

Dat was de moeder van een judoka waar mijn jongens heel veel mee gejudood hebben. *Oh oké ik heb haar hier nog niet gezien is ze hier werkzaam. Ja, ze werkt iets met milieu. Maar goed ga maar van start. Oké, vind u het goed als ik het gesprek op neem. Ja hoor.*

Ik heb gelezen dat u ook werkzaam bent voor Salland en bij de gemeente, en ik zou graag iets wil weten wat u precies doet bij de gemeente en bij Kracht van Salland? Bij de gemeente zit ik zelfde als Hennie. En ik ben aangenomen als programmamanager plattelandsontwikkeling. Samen met allerlei partijen, en met collega's. Dat programma dat is gestopt en toen zijn wij begonnen met kracht van Salland. Samenwerking was er al met Raalte en Olst-Wijhe en we gaan er mee verder. We hadden al een goede band opgebouwd. We steken er uren in en houden contact met alle partijen. Zo is eigenlijk het programma de Kracht van Salland ontstaan. In de Kracht van Salland zitten, daar kan eigenlijk alles in. In het voorprogramma kan alles, aanleg van groene en blauwe elementen daar zit heel veel in. Het mooie is met name de groep met de groene waterhoek die hebben elkaar gevonden en uhm dat heet dan nu Salland Deal. *Ja heb ik gehoord.* Die zijn heel hecht en die proberen echt de dingen op elkaar af te stemmen. Waterbouw groen, landschap grondbezit. Uhm daar zit Stichting Kostbaar Salland ook bij. En daar zit ik als gemeentelijk adviseur om subsidies binnen te halen voor projecten van de gemeenten. Oké.

Kunt u mij iets vertellen over de visie van Kracht van Salland. Uhm de visie van de Kracht van Salland is dat we hier in 2025 een vitaal platteland hebben staan waar het goed wonen is, waar het mooi is. *En uhm, dat geven jullie uit handen? Of hoe dat word gedaan.* Ja, dat proberen we wel, ja we hebben als doelgroep de hele samenleving want sommige projecten gebeuren met mensen uit de hele samenleving. Maar heel veel gaan via organisaties zoals Stichting Kostbaar Salland. Dus een specifieke doelgroep hebben we niet eigenlijk, meer de hele samenleving met alles erop en aan. *En de waarde die jullie hebben? De waarde?* Ja, waarvoor zijn jullie eigenlijk nodig. Oké, de waarde is... ja we financieren, bundelen van uhm het verbinden van mensen dat is wat wij doen. Het aansluiten bij projecten, zoeken van financiering maar ook delen van kennis.

En uhm, heeft u samenwerkingen met andere partijen, samenwerkingen echt in het toerisme.

Ja, in die zin dat wij vanuit de Kracht van Salland vier keer per jaar Salland Café organiseren. En daar hebben we verbinding met Salland Marketing, die kennen wij heel goed, daar ligt de verbinding met het toerisme, en daarbij heeft een collega van mij toerisme in het taakveld. Die heeft intensief contact met Thea huisveld, en ondernemers in het toerisme.

Heeft u ervaring met of een mening over vrijetijdsgebruikers die zouden moeten betalen voor het landschap? Wat is daarover uw mening? Ja, daar had ik in de auto al over nagedacht. Hoe kom je nou op verdienmodellen, dat vind ik hartstikke goed. Ik vind het zelf bijvoorbeeld prima om te betalen voor een bos waar het minder druk is. Ja, dan is het minder druk, ja net zoals natuurmonumenten ik zat te denken ergens bij Raalte is een ontzettende mooie boom, als ze daar nou een picknickplek maken, met een slot. Verzin het maar.

Ja, dus echt iets aanleggen met een beleving. Ja. Ja bijvoorbeeld een stilte plek. Kijk je hebt nu bijvoorbeeld van die hele mooie natuurhuisjes, kijk zon concept kun je natuurlijk wel een verdienmodel van maken. *Ja, daar zullen vast wel meer mensen achter staan.* Ja, of ze daar voor willen betalen weet ik niet. Maar de natuur wordt wel steeds voller. Stilteplekken zijn bijzonder.

Heeft u. je mag wel je zeggen. Wat zijn volgens u succes- en faalfactoren bij vrijetijdsgebruikers in het landschap, heeft u fouten gezien? Ja, ik vind 'het lef hebben om een prijs te vragen' vind ik wel een beetje falen van de maatschappij. Wees maar trots. Bijvoorbeeld de MKB-ondernemers, we doen het hier geweldig, maar we dragen het nog niet uit. Draag maar uit dat je een geweldig landschap heb, en dat er voor betaald dient te worden. Ja en bijvoorbeeld marketing. Krijg vaak de antwoorden 'voor de natuur wil men niet betalen' is vanzelfsprekend. Ja, je hoort vaak in conferenties inmiddels zijn er drie al gegeven, landbouw is belangrijk en ons landschap het is hier mooi, cultuurhistorie moet bewaard blijven. Als iedereen het mooi vindt dan moeten ze er ook geld voor vrij maken, ook de politiek zou geld moeten vrijmaken. Er is 8 miljoen voor groen en blauwe diensten. Collega zei als ik van Hein na Raalte fiets wat merk ik daar nou van?. Nou toen zei ik alle bosjes bomen die worden geknot en onderhouden worden, dat is nou wat je dan gerealiseerd hebt! Dat weten ze niet. Dus het uitdragen en de boodschap brengen en nog een keer, is heel belangrijk.

Ja, ik had een gesprek met Dhr. Jongsma die zei we kunnen wel iets ontwikkelen met een beleving maar het is veel belangrijker om bij ondernemers te kijken, onderzoeken of ze iets willen afdragen, Stichting Kostbaar Salland wil niet uitvoeren, dus het is belangrijk dat de verbinding met de ondernemers goed moet zijn. Ondernemers moeten het landschap belangrijk vinden, hij zei dat je daar in moet investeren in plaats van dat je daar bijvoorbeeld een hotel neer zet. Jaja. Eigenlijk ligt de uitdaging in een nog best wel lang project hoort als stichting. Hebben ze in andere gebieden ook gedaan. Zo van hoe maak ik nou een verdienmodel. Bijvoorbeeld met agrarische ondernemers. Daar investeren wij in. Ja, daar heeft de overheid in geïnvesteerd. Maar de afgelopen jaar is al een deel betaald door de eigenaren zelf. Kijk je moet niet afhankelijk worden van subsidies maar een hogere bijdrage van de ondernemers zelf is natuurlijk prima. Maar dat zou je langzamerhand moeten doorzetten naar de samenleving, het bedrijfsleven. Dat kan wel maar dat kost gewoon tijd. Kwestie van tijd, kwestie van vertrouwen. Je kunt niet verwachten dat in 1 keer tien ondernemers van MKB's gaan meebetalen. Het gaat om elkaar vertrouwen, informeren en samen zorgen voor een sterkere economie.

Wat Stichting Kostbaar Salland moet uitdragen is dat zij hebben gezorgd dat ze geld hebben verzameld voor die bosjes en aanleg. Maar dat weten veel mensen niet. Alleen de beperkte groene groepjes die dat weet. *Eigenlijk is het de naamsbekendheid gewoon.* Ja is nihil. Maar daar kun je ook eigenlijk nu nog niet financiering voor zoeken. Het is en en. Om dat te doen zou je het moeten verbeteren. En zo'n stichting is natuurlijk heel klein bestuurtje. Super druk. Maar eigenlijk zouden ze actieplan toerisme en promotie moeten maken. *Ik denk wel is, ik heb er niet heel veel kennis over maar bijvoorbeeld naamsbekendheid vergroten. Je kunt bijvoorbeeld ook van die groene fietsen met Stichting Kostbaar*

Salland erop. Ze willen het niet zelf uitvoeren. Maar dat is gewoon een aanschaf. En dan geld vragen voor die fietsen. Het is een kleine inkomstenbron maar het kan een verdienmodel zijn.

Of dat je bij de fietsroutes die Thea huisman, dat je die boekjes, ja wie fiets hier de rijke gepensioneerden, die zitten hebben dure elektrische fietsen, die kunnen echt wel een eurotje meer betalen voor z'n route boekjes. Dat doen ze nu met de streekrekening ook op een hotel site. *Ja, dan kunnen ze iets afdragen aan de stichting en ook bij meerdere doelen dus daarvan kwam niet genoeg binnen.* Als je dan bijv. op die folder zet 1 euro is voor het landschap dan denk ik dat mensen wel eerder genegen zijn om 4 euro te betalen dan 3 euro. *Ja. Maar zij ziet dit ook zitten? Nee, weet ik eigenlijk niet hier hebben we het nooit over gehad. En Stichting Kostbaar Salland zou dit wel kunnen doen ja. En dan niet een andere organisatie? Ze zouden het samen kunnen doen. Bijvoorbeeld met een natuurvereniging. Er komt een ja dat is grappig twintig mei is een avond georganiseerd door een tuinbouw organisatie. Die gaan het in bedrijfsleven hebben over de promotie van landbouw en dan ook het landschap. Dan komen alle bedrijven rondom het agrarische leven samen. Ook de mensen bewust maken dat sommige ondernemers het heel slecht hebben.*

Ja. En ik had het er laatst ook over bij mijn presentatie. Je kunt bij een boer iets ontwikkelen. Je hebt bijvoorbeeld 'Tour de boer', of buiten koken op de boerderij. Dus dan moet deze ondernemers het ook willen. Maar waarom zou hij iets van zijn inkomsten aan Stichting Kostbaar Salland willen geven; voor het landschap natuurlijk. Nou uhm de boeren willen zelf het landschap onderhouden, dus een deel kunnen ze zelf doen en een deel vergoed krijgen. Je hebt nu ook de buurtaanpakken. De afgelopen jaren zijn de groen blauwe diensten collectief ingezet, dan krijg je ook een buurt enthousiast. Als bijvoorbeeld de ene boer zegt ik wil die boom kappen dan zegt die andere dat kan niet. Zo krijg je meer samen denken rondom die landschapselementen.

*En uhm, hoe denkt u dat het er in de toekomst uit zal gaan zien voor Stichting Kostbaar Salland, waar moeten ze aan denken? Uhm, poeh, tja goede vraag. Hm, wat is toekomst. Nabije toekomst denk ik dat ze best wel moeten knokken voor middelen en buffelen om hun zaak rond te krijgen als vrijwilligers stichting. Is het wel reëel dat ze allemaal vrijwilliger blijven. Ja, je zou bijvoorbeeld kunnen denken; daar wil ik ook naar toe. Agrarische natuur vereniging is er natuurlijk ook en wij hebben hier landbouw en daar zit ook weer iemand die richting groen gaat. Dus je zou Salland Deal, daar hebben we nooit over nagedacht, daar komen we dus nu op. Je zou bijvoorbeeld meer collectief dingen kunnen gaan doen. Dat je alles onder 1 stichting stopt, met 1 secretaris. En dat het de vrijwilligers heel veel tijd scheelt en dat zij dan weer de boer op kunnen met hun verhaal. Eigenlijk moeten ze bij de ondernemers zitten. *Ja ja.* Dat is ook die cross-overs tussen die verschillende factoren. Dat MKB groene gebeuren dat moet nog gebeuren. Dus die horeca ondernemers campingeigenaren, bewust laten worden dat het landschap wel gemaakt word door andere partijen.*

En uhm, hoe zou Stichting Kostbaar Salland het beste met de bezoekers om moeten gaan, hoe zouden ze het contact t moeten laten verlopen, persoonlijk? Ja, of door de enthousiastelingen die de elementen hebben, de bomen of de groenstrook. Ja, bijvoorbeeld Annemiek en de rest is natuurlijk super enthousiast en weten veel van landschap. Maar als een fietser stopt, en als dan bijvoorbeeld de boer of de eigenaar, als die dan verhaal doen ja mooie boom, geschiedenisverhaal, dus daar zit ook wel een verdienmodel onder. Bewustwording, we nemen het maar voor lief, wat een onzin.

Wat is echt een kernelement van Salland volgens u? Ja echt een kernelement. *Waar kun je toerisme naar toe trekken?* Toerisme trekken uhm. *Het landschap denk ik?* Ja het afwisselende landschap, maar ook de de gemoedelijkheid en eenvoud en gastvrijheid van de samenleving. We zijn niet trots hier in Salland, komt heel vaak terug he we moeten iets trotser zijn. Het begint te komen, we doen hartstikke goede dingen hier. Toen wij een conferentiebijeenkomst organiseerden, vroegen we wat is Salland. En niemand wist hier goed een antwoord op. Nu zijn we 4 jaar later. Het verhaal begint te komen wij zijn Sallanders. *En er is ook genoeg historie te vertellen.* Ja natuurlijk. Er is ook een cursus leer mijn Salland kennen, dan gaan ze langs landgoederen en leren over de taal. *Ook met een app?* Nee is gewoon een echte cursus, zes dagen en dan 1 dag of twee dagen met de bus rond in Salland. *En dat is voor?* Ja voor iedereen die het wil, nee niet voor bezoekers maar echt voor inwonende. Wij adviseren altijd mensen niet uit Raalte om daar aan mee te doen.

Ja, oké en in het toerisme welke doelgroep is denk je het meest geïnteresseerd in Salland? De wat meer vrijetijdsgebruikers denk ik. *De doelgroep van Salland. Zouden ze zich op jong moeten richten, dus meer op sporten?* Ja, dan moet je aan andere combinaties gaan denken. Wat ik nu zie is beetje gericht op Salland zelf. De wandelvierdaagse, de fietsroutes en ik hoorde in Raalte zeggen dat er 142 evenementen zijn in het jaar, alleen in Raalte al. Rich en blues, stoppelhaar en dat soort dingen. Wil je jonge mensen aantrekken en als die hier komen dan komen die als ouderen ook weer terug als je goed aangepakt hebt. *Ja, dat is natuurlijk wel duurzamer.* Als je kijkt, dat is een mooi verschil te zien tussen Zwolle en Deventer. Zwolle heeft vrij veel evenementen waar de jeugd op af komt. En Deventer heeft Charles Dickens en kijk ik heb natuurlijk een 22 en 18 jarige als kinderen, maar die gaan naar festivals in Zwolle. Wij zitten daar in Salland tussen die twee steden in en wat kan je daar allemaal bieden. Adventerous dingen, dat moet je dan gaan verzinnen. *En dat zou dan niet echt over het landschap kunnen gaan.* Nee, dat zou iets over het kanaal zoals waterskiën. Dat is allemaal ook maar zo beperkt. *Of een boot waar betaald wordt.* Ja, over de IJssel, dat kan ook nog. Dat zou kunnen, maar dan moeten er wel ondernemers zijn die daar op willen inspringen. *Ja, die ondernemers moet dat dan weer aanspreken.* Als je het hebt over de centrale doelgroep. Ik denk dat je dan toch op die fietsers en wandelaars moet richten. Mensen die van rust en ruimte houden. Van lekker eten, de Bourgondiërs.

En het aanbod horecagelegenheden is hier ook uitgebreid genoeg? Ja, dat denk ik wel. Er zitten wel genoeg restaurant in verschillende plaatsen en leuke cafeetjes. *En unieke aspecten van Salland? In het eten ook?* Sallandse asperges en wild eten beginnen ze wel te promoten. Dus dat zijn wel belangrijke dingen. *Ja, daar zou je ook nog wel iets in kunnen doen.* En bijvoorbeeld toeristen vragen om een boer te helpen met iets zou dat ook kunnen? Mensen uit de stad nee dat is niet echt een stelling, mensen uit de stad vinden het fijn om op het platteland te zijn en echt iets te doen. Zoals koeien melken of uhm. Nou dat is gelijk al moeilijk. Ja, het kan wel, maar dan moet je het zo gaan opzetten. Je hebt wel zichtstallen en open dagen bij boerderijen en daar komen toch vaak wel veel mensen op af. Maar dat is ook een proces waar je constant mee bezig moet blijven. Kijk, we zijn misschien wel een groepje mensen die naar zo'n boerderij terug gaan met wandelen/fietsen of met kinderen, maar je moet ook weer nieuwe mensen aanboren. Dat is een continu proces in marketing om dat blijven te promoten. Anders is een stal op een gegeven momenten ook weer klaar. *Dan zou je een route met alle boerderijen die mee werken.* Ja alle open boerderijen zeg maar. Ja, en dat is er al en Salland Marketing is daar wel mee bezig, de meeste boerderijen staan in de magazine. *Misschien kan ik hun een keer vragen.* Ja, zou ik zeker een keer doen. Die hebben een programma een meerjarenprogramma hebben ze volgens mij net weer geschreven en daar hebben ze speerpunten in staan. Eén daarvan is

streekproducten en lokale producten meer naar de horeca en die soort dingen. Je hebt bijvoorbeeld ik weet dat hier in Deventer een Mexicaans restaurant. *La Cubanita of niet?*

Op de brink ergens dat weet ik niet. Daar zit 2 euro of 5 euro op een gerecht voor weeshuizen in Mexico. Dat kan je hier in een restaurant ook doen. Een gerecht met 2 euro extra voor het Sallandse landschap. Als je wild eet of asperges zeg maar. Dat zou een mooi verdienmodel kunnen zijn. *Ja, ik zou dat ook wel gewoon betalen.* Ja, dat verzin ik dan nu ter plekke maar dat is een mogelijkheid. Als er dan nog een leuk gerecht mee doet. Mensen willen toch dat gerecht. Dat is bij het restaurantje ook en dat is nog leuk ook. Dan betaal je voor het gerecht en denk je dat is nog leuk. Dan drink je een biertje minder maar betaal je voor het weeshuis. Dat is misschien nog wel een optie.

Ja, inderdaad. Dat was eigenlijk het interview. Oké, ja super. Succes met de uitwerking. Ja dank, je. Zal wel lukken. Hier moet nog veel aan gedaan worden in Salland met samenwerking ook in het verdienmodel. Er is gewoon heel veel te vinden en dan heb ik een lijst met mogelijkheden en dan heb ik dat. Dat is sowieso wel handig denk ik. Ik denk dat je wel tips hebt gehad. Mooi.

Interview 4 Uitgetypt

Interviewtranscript: Lindsay Ehringfeld

Interview met: Dhr. Herwaarden

Functie: Senior beleidsmedewerker bij landschappen.nl

Interview door: Lindsay Ehringfeld

Locatie: Saxion Deventer

Datum: 25 april 2016

Schuin gedrukt: Interviewer

Dik gedrukt: Dhr. Herwaarden

Ik zal het gesprek ook gebruiken voor het uitwerken van het verslag, is dat ook goed? **Ja zeker.**

Ik zou graag willen beginnen met wat is uw functie binnen het bedrijf, binnen landschappen.nl?

Ja uhm, mijn functie is beleidsmedewerker landschap. Seniorbeleidsmedewerker zelfs. Dat betekend dat ik uhm werk voor de provinciale organisaties, landschapsbeheer en provinciale landschapsorganisaties die gezamenlijk een koepel in het leven hebben geroepen dat is landschappen.nl. En die voor hen dus taken verricht op het gebied van beleidsinvloeden, belangenbehartiging en faciliteren werk.

Oké, en uhm kunt u mij iets vertellen over de visie, missie van landschappen.nl?

Uhm, de visie van landschappen.nl. Die is gelegen in het versterken van natuurlandschap en met bewoners en met mensen dan zeg ik het even kort door de bocht. Ja.

Uhm en dan is het natuurlijk de vraag wat is kwaliteit van natuur en landschap en de specifieke uitwerking daarvoor.

Oké, en wat is jullie belangrijkste doelgroep?

Nou moet je, nou moet ik even nadenken in de zin van wie je met jullie bedoeld. Als.. laat ik even namens mijzelf praten. Ja, dat is prima.

Want als je de provinciale organisaties, de landschapsorganisaties provinciaal bedoeld dan zit de doelgroep er veel meer in de lokale burgers en grond eigenaren. En recreantengebruikers van de gebieden ook. Voor mij landelijk is de doelgroep veel meer gericht op uhm landelijke partners en politiek Den Haag. Wij richten ons veel meer op die groepen.

Oké, en bent u bekend met Stichting Kostbaar Salland?

Ik ken het ja, ik ken de stichting Kostbaar Salland. Dat is toch ook de club Bernard Heideman?

Uhm de voorzitter is mevrouw Haven, Annemiek Haven, maar die naam komt mij niet bekend voor, maar. Die ken ik wel. Ik ken Bernard Heideman voorheen was hij directeur van Landschapsbeheer

Overijssel en daar heb ik in de loop der jaren wel contact mee gehouden. Ik dacht dat hij bij Kostbaar Salland zat, maar misschien heb ik het mis hoor.

Oké, en uhm Stichting Kostbaar is nu op zoek naar nieuwe verdienmodellen in het landschap bij vrijetijdsgebruikers. Dat had ik al naar u toegestuurd. Ja.

En uhm wat is precies de waardepropositie van Landschappen.nl? Wat maakt jullie belangrijk om te bestaan? Uhm, Nouja, wij zijn een... Dat is even tweeledig. Wij zijn enerzijds belangrijk om te bestaan vanwege het totale landschap en dat betekent dus niet alleen onze eigen terreinen, maar ook het landschap daar buiten. We komen op voor het landschap, voor de kwaliteit van het landschap en voor de uhm uhm bescherming daarvan. Ook ten opzichte van andere krachten die hier op het landschap ziet gebeuren en dan denk je even aan de landbouw uhm uhm ...structuur, verbouwingen en dergelijke en dat soort zaken. Ja, dat daar komen wij voor op en dat is onze kern.

Oké, en met welke organisaties heeft u te vooral te maken? Welke samenwerkingen zijn er?

Nou, onze natuurlijke partners zitten in de andere groene organisaties, terreinbeheerorganisaties, zoals bos meer en natuurmonumenten. Dan hebben wij op landelijk niveau een lobbycoalitie met de... die noemen wij groene helft. Waarbij ook milieudefensie, federaties natuur en milieu, Greenpeace en dergelijke zitten. En de derde groep dat is de groep die gericht is op andere eigenaren dan uhm wat ik net VBO noem. Dus niet uhm de natuureigenaren, de natuurmonumenten, maar uhm de particulierenterreineigenaren. Federatie particulier grondbezit en natuurlijk de boeren. De boeren en het nieuwe collectieve die er zijn.

Oké, En werken jullie ook samen met vrijetijdsgebruikers?

Op landelijk niveau minder, maar ik merk dat nog wel dat je contacten moet hebben gehad met platformen en dat soort zaken. Met het ANWB hebben we contact mee, maar dat is niet heel intensief. Recron, hebben we laatste jaar iets minder, maar hebben we ook veel contacten mee gehad. Dus de recreatieondernemers. Uhm tja dat is het wat ik voorlopig even weet. Paardensport hippische sport hebben we ook nog wel eens contact mee gehad.

En zijn er ook ervaringen betreft vrijetijdsgebruikers en betalen voor het landschap? Heeft u daar ervaringen mee?

Uhm ja wel wat ervaringen mee, maar precies zijn die niet zo heel erg positief in de zin van uhm er is dan altijd een disbalans tussen uhm diegene die investeren in het landschap en diegene die profiteren van het landschap. Ja, de gebruikers van het landschap die zitten vooral in de recreatieve sfeer, maar de bijdrage vanuit die kant zijn eigenlijk niet in verhouding tot wat de lusten en de verdiensten zijn. En uhm..

De bereidheid is niet heel erg groot, bedoelt u dat?

Wat zeg je?

De bereidheid om te betalen is niet altijd aanwezig? Bedoelt u dat?

Nee, dat is zo. Kijk het is zo dat als je het over landschap hebt, over beschermde natuur hebt dan ligt het toch iets genuanceerder. Als je het over landschap hebt dat is een gratis gegeven voor veel mensen. En uhm ja dat recreanten zijn consumenten die dat product als vanzelfsprekend op zich af

zien komen. Het is heel moeilijk om daar een bijdrage voor te vragen. Bijvoorbeeld het onderhouden van landschapselementen kost de eigenaren van die elementen tijd en geld en daarmee dus geld. Terwijl heel veel recreanten het een vanzelfsprekend iets vinden uhm waar zij niet van kunnen genieten.

En heeft u hier een oplossing voor? Heeft u een ervaring mee waar dit wel goed is mee gegaan?

Er zijn kleinschalige oplossingen waarbij wel bijdrage kan ontvangen worden van de consumptieve recreanten. Dan moet je denken in de sfeer van uhm uhm bijdrage via een omweg zoals een fonds of een streekrekening, of een andere weg via parkeergeld. Via uhm op gelden van producten, streekproducten die gekocht worden dat soort zaken. Ja, en in hele grote zin, moet ik zeggen dat, in heel groot verband dat uiteindelijk die recreant mee betaald via de overheid. Maar dan is het minder direct en gericht. Dus ik vind eigenlijk dat je dat niet zo zou moeten zien. Dat is toch een andere vorm.

Ik had ook een gesprek met de heer Jongsma van Landschap Overijssel. Die gaf aan dat, hij vond dat er eerst verbinding moet worden gelegd met de ondernemers en dat je niet direct aan de vrijetijdsgebruikers iets kan vragen en dat je via de ondernemers in dat gebied. Dus dat je hun eerst mee zou moeten krijgen zodat ze iets zouden afdragen aan het landschap. En dat het eigenlijk een goede mogelijkheid zou kunnen zijn. Passen jullie dat ook toe? Of dat niet?

Ondernemers zijn natuurlijk zeg maar ook een groep op een andere manier die kan profiteren van het landschap, van het mooie landschap. Er is wel een onderscheid te maken tussen die ondernemers. Hoe je dan je beelden schrijft. Ook agrariërs zijn ondernemers, ik neem aan dat je nu dan vooral de niet agrarische ondernemers bedoeld.

Ja klopt.

Die kunnen dan ook in de vorm van sponsoring bijdragen anderzijds ook uhm er zijn dergelijke constructies geweest met landschapsfondsen waar ook bedrijven aan mee betaald hebben. Zo is er bijvoorbeeld ook de streekrekening van de Rabobank waarbij de Rabobank ook een deel meefinanciert. Uhm ja dat zijn constructies die uhm die die in een beperkte mate werken. Ik vind ondernemers een vrije lastige groep moet ik zeggen.

Ja en uhm als je kijkt naar agrariërs daar heb ik het over gehad met de opdrachtgever en uhm stel dat een agrariër een concept ontwikkeld zoals 'Tour de Boer' en hij voert het ook uit, want Stichting Kostbaar Salland heeft geen uitvoerende rol wat dat betreft. En waarom zou die boer dan geld willen afstaan aan Stichting Kostbaar Salland? Want dat is dan eigenlijk een tussenpartij.

Ja kijk, Kostbaar Salland kan natuurlijk het landschap afstemmen en coördinatie en kan in die zin een meerwaarde creëren door meerwaarde te verzamelen en effectiever te bestrijden. Daarmee is het voor die boer natuurlijk wel een kwestie van dat hij zijn geld aan een partij moet afstaan. Maar de meerwaarde is zeker dat je het regionaal, lokaal en op beperkt schaalniveau houdt, dan is het toch heel duidelijk zichtbaar te maken. Dat zou een boer aantrekkelijk moeten vinden.

Ja precies, en uhm wanneer je kijkt naar landschapsbeleving daar is onderzoek naar gedaan dat voor een beleving in het landschap een vrijetijdsgebruiker wel iets afstaan. Heeft u daar voorbeelden van? Van een goede landschapsbeleving?

Een goede landschapsbeleving, uhm ja hoe bedoel je dat? Gebieden waar mensen het landschap mooi

vinden?

Uhm bijvoorbeeld historie gebruiken door middel van een app. Mensen door het landschap laten gaan of uhm door middel van iets op te zetten wat echt voor een beleving zorgt en waardoor de mensen zich vermaken. Nou wat ik dan wel een aardig voorbeeld vindt is de wandelpaden, de klompenpaden die in Gelderland en Utrecht gemaakt worden. Dat is een vorm van beleven die maakt dat het landschap toegankelijk wordt voor de recreanten. Via die klompenpaden worden door boerengronden opengesteld. De wandelpaden die gaan voornamelijk door boerengronden. En over onverharde delen van *die boerengronden en daar wordt heel intensief gebruikt van gemaakt. Dus als je zegt van goh, een voorbeeld van waar recreanten het landschap goed kunnen beleven, dan is dit de vorm. Dat heeft vaak ook te maken met toegankelijk maken van het landschap.

Ja bedankt, en ja wat zijn de kritistische succes- en faalfactoren van landschappen.nl met het benutten van verdienmogelijkheden?

Uhm een kritische factor is in ieder geval het eigenaarschap van landschap en gronden. Dat betekend dat ook als ik over landschap praat, ben ik niet direct diegene die hierover gaat. Dat is in feite de grondeigenaar. De kritische factor is toch de eigenaar van de gronden, dat zijn vaak toch de boeren hierin mee te krijgen. Dat moet, kan niet anders, op basis van vrijwilligheid en verleiden. Dat kan je niet afdwingen. En verleiden kan je doen met geld, maar ook met enthousiasmeren en verantwoordelijkheid laten nemen. Dat is denk ik de belangrijkste kritische factor om dit tot een succes te maken. Het andere is verbinding maken met de andere kant die recreanten en consumenten om die twee met elkaar te verbinden. Dat is denk ik de belangrijkste succesfactor.

En uhm wat zijn de huidige financieringsbronnen van landschappen.nl? Hebben jullie ook subsidies, giften en schenkingen?

Heb je daar al met Landschap Overijssel over gesproken? Want in feite is dat één van onze organisaties, maar als ik even praat vanuit het landelijk koepel wordt er gefinancierd en de afdracht gedaan door provinciale organisaties. De provinciale organisaties krijgen nog geld, subsidies vanuit de provincies, postcodeloterij geld en vanuit projecten die zij opzetten. Projectgelden die kunnen verschillende financieringsbronnen hebben. Vanuit verschillende fondsen of vanuit verschillende overheidspotjes. Ik weet niet of ik daar mee antwoord geef op je vraag, maar is in grotendeels waar wij ons geld vandaan krijgen.

En in de toekomst zijn deze financieringsbronnen ook nog stabiel? Gaan ze veranderen of gaan jullie nog op zoek naar andere inkomsten?

Uhm sinds ik bij deze organisatie werk zijn wij aan het zoeken en kijken naar andere financieringsbronnen, met name toch ook vanuit een niet Overijsselse kring. Maar dat blijft een hele lastige opgave, uhm ik weet dat de overheidsbronnen zeker niet stabiel zijn en dat heb ik de laatste jaren ook meegemaakt. We hebben landelijk een enorme klap gekregen, wat wij hier het tijdperk bleken noemen. Toen zijn de landelijke geldkranen stevig dichtgedraaid. Ook op provinciaal niveau zijn er best wel klappen gevallen. Die hebben we niet op kunnen vangen door zeg maar particulieren en geldstromen vanuit het bedrijfsleven. Dus we zijn terug gegaan. *Nee, dat is te klein.* Dus we zijn teruggegaan.

En ik zie jullie hadden 75.000 vrijwilligers.

Ik heb zelfs nu al een getal van meer dan 80.000, maar dat wisselt ook iedere keer.

Wat doen die precies en hoe staan jullie ook in contact met hun? Die vrijwilligers die zijn op meerdere fronten actief. Onze klassieke vrijwilligers die eigenlijk aan de basis zitten van het bestaan, met name de landschapsgebiedsorganisaties zijn de wilgenknoppers. Ooit zijn die landschapsgebiedsorganisaties ontstaan in de jaren 70. In de jaren 70 was het duidelijk dat het echt heel slecht ging met het landschap. Dat boeren het moeilijk hadden met inkomen en dat de functies van heel veel landschapselementen vervielen. De landschapselementen waren eigenlijk meer een last dan een lust waren voor de boeren. Voorheen konden ze dat nog wel gebruiken voor hout en dergelijke. En toen zijn er her en der in Nederland vrijwilligers ontstaan die tegen de boeren hebben gezegd: 'wij willen jullie ondersteunen met het onderhoud en met name de knotwilgen, houtwallen en dat soort dingen'. Dus dat is onze kernvrijwilliger die zit in dat actieve hakken en knoopbeheer. Dan hebben we vrijwilligers die uhm ook aan onderhoud mee doen in de natuurgebieden, dus niet alleen bij de boeren maar ook in de natuurgebieden mee helpen met beheer en onderhoud. Wij hebben vrijwilligers die niet zozeer met de handen bezig zijn, maar meer met het hoofd om het zo maar te zeggen. Die ook administratief ondersteunen en die meedenken in kleine initiatieven. Er zijn heel veel initiatieven waar vrijwilligers zitten die opgezet worden door spontane groepen her en der in het land. Daar zitten ook heel veel mensen bij die niet direct het actieve uitvoeringswerk doen, maar ook hand en spandiensten verrichten in de organisatie ervan. Wat onze organisaties daar bij doen is die initiatieven ondersteunen en anderzijds het coördineren van de uitvoeringvrijwilliger door bijvoorbeeld te zoeken naar plekken waar geknot kan worden om kort door de bocht te zeggen. Waar boeren behoefte hebben aan vrijwilligersgroepen. En dat geldt ook voor een belangrijke groep die ik even moet noemen is het weidekogelbeheer.... het coördineren van en monitoren van weidekogels. Het vinden van nesten en het en daarmee het monitoren en voortgang van de stand van de Kievieten en de Grutto.

En al die vrijwilligers. Hoe is dat eigenlijk ontstaan? Waren die er al? Eén van de redenen is dat in de jaren 70 die groep is ontstaan omdat ze zich zorgen maakte over het Nederlandse landschap en dit achteruit zagen gaan. Anderzijds vanuit de oorsprong is veel meer de lokale initiatiefgroepen die een klein projectje starten heel erg gericht op hun eigen leefomgeving. Een wandje adopteren en dat als speelweide of als een lokaal boomgaard willen onderhouden. En één van de dingen die we jaarlijks organiseren voor het vrijwilligersbestand op peil blijft en misschien zelfs wel groeit is natuurwerkdag. Ieder jaar eerste zaterdag van september wordt dit georganiseerd.

En wat houdt dat precies in? De natuurwerkdag is iets wat we samen ook met anderen beheerders en lokale organisaties organiseren waarbij we mensen uitnodigen om aan kennis te maken met het vrijwillig landschapsbeheer om eens een keer uit te proberen wat het is om wilgen te knotten, riet te maaien of bomen te snoeien en dat soort zaken. En dat heb ik het over enkele honderden locaties op die dag waarbij er activiteiten georganiseerd worden.

En hoe denkt u als u in de toekomst dat het bedrijfsmodel eruit zal zien voor landschapsorganisaties? Ik denk op termijn dat het toch gaan meer moeten naar private financiering. Je ziet die trend ook wel een beetje komen of op ander terreinbeheer zoals bosbeheer waar meer aandacht is voor houtproductie en biomassa. Dat zal bij ons ook wel enigszins doorgaan, anderzijds denk ik dat we nooit loskomen van overheidssubsidies. We zullen de overheid altijd nodig hebben om dit werk te

kunnen blijven doen. *Ja.* En uhm je ziet ook een verschuiving van de rol van de overheden. Was het voorheen vooral het rijk die het natuur- en landschapsbeheer organiseren en financieren. Nu is het vooral de provincie.

En heeft u nog aanbevelingen of tips voor Stichting Kostbaar Salland op het gebied van samenwerkingen of financieringsbronnen?

Eén tip is misschien waterschappen. Er gaat heel veel om in het waterbeleid. Het waterbeleid is toch belangrijk en daar zit in mijn inziens ook wel mogelijkheid voor wat extra ruimte voor financiering. Dus probeer projecten te initiëren die een link hebben met water. Dat is misschien wel een kans die je zou moeten omarmen.

Ja, oké ik wil u graag bedanken voor het interview. En heeft u verder nog vragen?

Uhm, ik ben wel geïnteresseerd hoe je het verder doet en wat hier verder mee gebeurt en in de verdere resultaten. *Uhm ja, ik kan u het verslag opsturen als het klaar is als u daar in geïnteresseerd bent.*

Graag. *Ik ga een advies maken voor Stichting Kostbaar Salland en ik ben nu bezig met experts interviewen en te kijken wat de mogelijkheden en ervaringen zijn. Dan ga ik een focusgroep uitvoeren om de mogelijkheden verder aan te vullen en door middel van bestaande analyse over de bereidheid van vrijetijdsgebruikers om te betalen en waarvoor ze zouden kunnen betalen zou ik een advies uitbrengen.*

Oké, daar ben ik erg in geïnteresseerd.

Ga ik het ook naar u toesturen.

Dank je wel alvast

Dank je wel voor het interview en een fijne dag.

Interview 5 Uitgetypt

Interviewtranscript: Lindsay Ehringfeld

Interview met: Dhr. Dolmans

Functie: directeur van Stichting Onze Waal

Interview door: Lindsay Ehringfeld

Locatie: Saxion Deventer

Datum: 26 april 2016

Schuin gedrukt: Interviewer

Dik gedrukt: Dhr. Dolmans

Vind u het goed als ik het gesprek opneem **Ja hoor dat is prima geen enkel probleem. Ja oh oké.**

Bent u bekend met stichting kostbaar Salland? **Nou ik heb in ieder geval een tijdje geleden gekeken op de website, ja. En ik ken Salland, en ik vond het wel heel mooi. Oké. Ik ben het weer vergeten, maar het komt vanzelf terug als je het even noemt, en ik zit ook op de computer dus ik kan de website ook even openen. Stichting Kostbaar Salland is een stichting van 7 leden die zich inzetten voor onderhoud en herstel van het landschap, en ze zijn nu op zoek naar nieuwe financieringsbronnen, en dat ben ik aan het onderzoeken.**

Ik zal graag beginnen met de vraag wat uw functie is binnen het bedrijf van Onze Waal. En je wilt het dus over Stichting Onze Waal hebben, dus je belt me niet voor mijn functie bij Vierakker als ik het goed heb He. Ja. Oké, nou mijn functie is dat ik ik uhm voorzitter ben van Stichting Onze Waal. Oke. Wat is de missie en visie van Stichting Onze Waal. **Nou wat wij graag willen is uhm de kwaliteiten van het landschap, en het unieke van het landschap dat willen we verbinden met de cultuurhistorie en met duurzaam toerisme. En aan al die drie woorden geven we steeds meer inhoud, en die inhoud geven we samen met mensen die onze achterban zijn, en dat zijn mensen uit steden, dorpen oorden, oké en heeft u het dan over vrijwilligers?**

Onderbreking bij respondent– Heeft u het dan over vrijwilligers als u zegt achterban? **Ja dat zijn vrijwilligers maar ook toeristische ondernemers, kunstenaars, kleine bedrijfjes, pension, hotelaccommodaties, daar zit van alles bij. Oké.**

Ik had een gesprek gehad met Dhr. Jongsma van Landschap Overijssel, die gaf aan dat je het bij ondernemers moet zoeken, want om aan de toeristen te vragen te betalen voor landschap dat is niet uitvoerbaar volgens hem. Jullie werken met ondernemers, hoe hebben jullie deze meegekregen? **Nou wij proberen ze mee te krijgen, we hebben een structuur opgebouwd met provincie en die structuur hebben we rondjes pondjes genoemd, en die rondjes zijn mensen die samenkomen, en die doen samen iets met de cultuurhistorie. Met iedereen die van natuur houdt, overal hebben zich groepjes gevormd, en die hebben themadagen, brainstormsessie gehad, en daar zijn dus samenwerkingsverbanden uitgekomen, de rondjes pondjes bestaan een jaar of 4 a 5 en die zijn evenementen gaan organiseren, en die hebben bomen gepland, routes en argumenten ontwikkeld (gaat iets minder makkelijk) doen dus van alles, paar jaar aan de gang, en nu moet er een soort koepel organisatie komen, en daar is die Stichting Onze Waal voor. Maar we zijn ook nog niet langer dan een jaar bezig, dus zeer recent. Oké**

En wat is jullie belangrijkste doelgroep? Zijn dat dus de mensen van rondjes pondjes?

Ja, waar we direct mee werken dat is dus elke gemeente langs de Waal. Er is een groepje vertegenwoordigers die de rondjes pondjes vormen, community on practica noemen we de rondjes pondjes ook wel, en die komen een keer of 4 bij elkaar per jaar. Er zijn ook evenementen 'De Kaai van de Waai', in Nijmegen de Vierdaagse langs de Maas, en op 5 mei het feest van de oranje linten, ik noem er een paar, en dat zijn allemaal organisaties die van de grond zijn gekomen, en daar hebben we het steeds over, kwaliteit aan toevoegen, 3 thema's waar we als Stichting Onze Waal mee bezig zijn, 1 van die thema's is het planten van bomen met betekenis, op plekken waar het oranje rechtshof heeft gestaan, verhalen van die bomen bij vertellen, en dat gebeurt dus met die rondjes pondjes. *Oké, en die thema's vertellen jullie aan de bezoeker?* Ja, die thema's worden ofwel op een app gezet, je kunt ook excursies geven, fiets tocht organiseren, daar word allemaal aan gewerkt, dat noemen ze weer dwaalroutes, dus er is van alles om aandacht voor landschap te vragen. *Oké. En wat dus ook een onderwerp is voor cultuurhistorie, in de oorlog is er langs de hele Waal gelopen en gevochten, en dat word ook doormiddel van apps en excursies in de markt gezet. Ja, en tegelijkertijd, en dat is wel, dat is er steeds, het gaat ons niet om het bestaande landschap te laten zien, maar we willen iets toevoegen, omdat we vinden dat het landschap de laatste 40 a 50 jaar het landschap alleen maar is afgebroken, dus we willen overal bomen neerzetten, om het belang te laten inzien. En die bomen worden gepland door? Die bomen worden gepland door de mensen die meewerken met jullie of toeristen?* Ja, we maken er een evenementje bij met scholen bijvoorbeeld. Ergens in een dorpje in Neerwijde, dat een heilige eik gaat planten, als gerechtsboom van de Germanen, en daar word een verhaaltje gemaakt en scholen bij betrokken, tekeningen en een bord bij neergezet, mensen bij betrekken.

Oké. En wat is precies de waardepropositie van Onze Waal, wat maakt jullie belangrijk voor het landschap? Nou kijk wij zeggen dus dat wij iets willen toevoegen aan het landschap, en dat we mensen er van willen laten genieten, en dan kun je zeggen dat veel dat doen, maar eigenlijk wordt er veel te weinig nog gedaan, dus iedereen die een steentje bijdraagt is mooi meegenomen. We willen bescheiden beginnen. Je kunt wel grootschalig bezig gaan. Maar op bescheiden niveau met mensen die het zelfde gevoel hebben bij landschap als wij hebben werkt dit veel beter. En we merken dat als je dat doet dat je steeds meer mensen aan je kunt binden.

En met welke stakeholders heeft Onze Waal nog te maken, welke samenwerkingen zijn er nog meer?

Met de regionale toeristische bureaus, en die hebben een ander invloed. Deze willen informatie verschaffen en veel minder, stichtingen of wat dan ook, of gemeenschappelijke regelingen die toevoegen. Wij willen echt samen met mensen iets toevoegen. En daar ontstaat het gevoel dat je zelf verantwoordelijk bent voor het landschap om er iets moois van te maken. Dan hebben we ook gewoon de gemeente, en die proberen we ook gevoel voor mooi landschap bij te brengen, begint beetje te komen, maar politieke prioriteiten moet je echt moeite voor doen, als je er over praat zeggen ze is geweldig, maar als ze moeten kiezen voor duurzame energie of een industrieterreintje dan heeft dat een hogere kwaliteit dan het landschap. Dat is gewoon een trend.

Ja, en hoe denkt u, heeft u ervaring met vrijetijdsgebruikers die betalen voor het landschap? Nee heb, ik geen ervaring mee. Wat we wel willen doen als we de eerste resultaten hebben. We gaan hele mooie bomen projecten doen, en er komt een stage onderzoek, in teken van het landschap, iets aanbrengen in het landschap of een toren neerzetten het kan allemaal en uhm daar willen we dan vruchtbaarheid

aan geven. Maar wat was je vraag nou? Ben de draad kwijt. *Ja, of u ervaring heeft met vrijetijdsgebruikers die betalen voor het landschap?*

Dus als we eerste resultaten hebben laten zien dit jaar. Dan willen we de mogelijkheid opnemen dat mensen vrienden worden van Onze Waal. En daar willen we ze toe verleiden, en dit is dus een crowdfunding, als ze mooi vinden wat we doen kunnen ze een bedrag storten en lezingen bij wonen.

Ja, en op welke manier word er beleving aan het landschap toegevoegd, ik hoorde door de drie thema's die u zei? Maar gebruiken jullie nog meer mogelijkheden. Ja, via de website moet je mensen leren over het landschap, stel dat je niks weet en je ziet een kieviet vliegen, soms weet je wel dat het kieviet is, maar ik ben zelf al vogelteller van af min 7e jaar. Als ik rondfiets ergens en ik kom thuis heb ik waarnemingen gedaan, wat zat die sprinkhaan er mooi bij. Ik heb dan 40 a 50 soorten die ik even heb gespot en bekeken, je moet dus ook mensen kennis bij brengen om te genieten. Maar meestal moet je ook nog rondleidingen geven. Of bijvoorbeeld met vogelgeluiden de mensen het volgens laten leren kennen. We hebben in onze groep ook mensen zitten die de beleving van het landschap als kernwaarde in hun organisatie hebben. Dat zijn kleinschalige organisaties die zeggen we willen mensen van de stilte laten genieten. Dit willen we ook laten uitwerken samen met het Saxion, hoe organiseer je zo iets. Hier hebben we al 3 thema's bijeenkomsten voor lopen.

Oké. Uhm wat zijn kritische succes- en faalfactoren voor Onze Waal, betreffende het benutten van verdienmogelijkheden (en dan eigenlijk vanuit het vrijetijdsgebruik). Uhm hoe bedoel je vanuit het vrijetijdsgebruik? Vragen jullie iets voor het landschap, of jullie inkomsten verhalen uit het vrijetijdsgebruik. Maar dat was volgens mij niet het geval. Wat wij graag willen is uhm, dat uhm dat wij steun krijgen van mensen die zich vrienden van Stichting Onze Waal gaan noemen. En dat wij ook van gemeentes wat geld toe krijgen om onze kleine organisatie in leven te houden. Wij doen het nu allemaal op vrijwillige basis. We hebben 1 jaar geld gekregen van de provincie. Maar nu zeggen ze dat we op eigen benen moeten staan. Dit vind ik een grote fout. Ze willen zelf een beleving toevoegen aan het landschap. Het eerste jaar krijg je een bedrag en tweede jaar eigen benen. Maar dit gaat veel te snel. Je moet ergens je geld vandaan halen. Ik vind dit niet chique van de overheid dat ze vragen je moet het samen met burgers doen, ze moeten maar zelf zien hoe ze aan de middelen komen. Vrijwilligers stoppen er heel veel uren in. Vind dit wel een beetje moeizaam als je het mij vraagt.

Hoe zien de financieringsbronnen eruit in de toekomst voor jullie? Ik denk dat er hoe dan ook een bijdrage van de provincie bij moet blijven. Maar de provincie wil dit niet dus, dit is een dilemma. Ze denken dat het vanzelfsprekend is dat vrijwilligers zich uren en dagen voor inzetten en dat de provincie alleen maar zegt doe je best. Wat doe je dan zelf. Dat wil wel is lastig zijn om daar over uit te komen. Ik ben van nature een super optimist maar zo nu en dan denk ik het is toch wel lastig om dat geld allemaal bij elkaar te krijgen.

Wat zijn jullie grootste kosten? Uhm organiseren dat al die bomen gepland worden en aangeschaft worden. Je moet hem kopen transporteren in de grond zetten. Als je er 5 van die grote gerechtsbomen wil neerzetten die moeten ergens vandaan komen. *Ja.* We hebben ook bijzondere bomen met een verhaal Maar die zijn wel 6 meter hoog die moeten duur getransporteerd worden, in de grond gezet worden, dat kost je 1000den euro's. Dat moet je ergens vandaan halen. En als wij Michel Flooren inhuren, dat doen wij heel graag. Die doet dat niet voor niks, die moet ook de kost verdienen. Als we

een stage willen laten uitvoeren moeten we ook betalen, moeten we ook een mooi rapportje maken. En dat kost je al gauw 2000 euro.

En onze website daar betalen we ook voor en moet bij worden gehouden, kost je sowieso tarieven voor abonnementen. Mooie foto's noem het maar op. Als je inpakt wil hebben, als je mooie dingen wil maken heb je geld nodig.

En ook de marketing van de website, doen jullie nog aan meer marketing om het landschap in de markt te zetten? Ja uhm we maken foldertjes om te laten zien wat we doen. Maar marketing richten we ons nog niet op. Want we zeggen eigenlijk dat we onze projecten wel communiceren maar we zijn geen marketing bureau voor ondernemers, dat moeten ze zelf doen. Wij faciliteren meer.

Jullie hebben al wel een grote naamsbekendheid maar dat komt denk ik door de projecten die lopen? Ja uhm we doen grote projecten, als je kleine projecten doet, we hebben drie krachtige thema's en daar proberen we het mee, en daar zien wij wat in en daar hebben we best goed over nagedacht wat zijn de aansprekende thema's. En dat is ook 1 van de kenmerken van marketing dat die altijd over de kern moeten gaan de rest komt er wel bij. Niet te veel boodschappen maken. Als je zegt we hebben een uniek landschap, en we hebben een cultuurhistorie waar je u tegen zegt en we willen ons toespelen op duurzaam toerisme. En als je daar een taal op ontwikkeld met mooie foto's dan bouw je dat uit en dat is wat wij willen.

En uhm op welke manier staat Onze Waal in contact met de doelgroep waar jullie werkzaam mee zijn. Dat is dus de vierde community on practice, en ook door bijeenkomsten, en netwerkbijeenkomsten met de achterban één keer per jaar. Maar ook doordat we bij evenementen aanwezig zijn. We spreken gewoon af we zijn met zijn 5ven van jij gaat daarheen jij daarheen. Zodat we in elk dorp waar wat te doen is ons gezicht te laten zien. Zodat we overal kennis van krijgen.

Jullie hebben ook met de Waal rivier te maken, ik hoorde van een vorig interview dat er een kans ligt bij waterschap. Wat voor concepten doen jullie met water? Nou uhm wij zijn ook vertegenwoordiger in de Speedo-groep Onze Waal, en uhm dan zijn we betrokken met wat er allemaal met water en veiligheid ontwikkeld wordt. Dan zetten we ons in voor rivierwater en hoe we vanaf de rivier het landschap kunnen bewonderen, dat zijn niet dingen waar we ons direct mee bemoeien, dat zijn meer projecten die op plaatselijk niveau worden uitgevoerd, steigertjes waar je met je boot kan aanvaren. Wat we wel kunnen doen is, we hebben zicht op wat allemaal gebeurd. Doordat we die community on practices organiseren en iedereen verteld waar hij of zij mee bezig is. En als je dan ergens met steigertjes dan gaat liggen en iets maken en dan komt dat ook ten horen in de Rijn of tegen Gorkum aan, en dat kun je communiceren en wij willen die verbindende rol spelen. Zo over alles wat er bij De Waal gebeurt en daar hoort watertoerisme ook bij. Het is in De Waal wel erg druk met scheepvaart, dus je kunt niet enorm veel toerisme organiseren.

Hoe denkt u dat het bedrijfsmodel er in de toekomst uit zal zien? En dan uhm dan zal je dus voor projectgeld bij gemeentes kunnen gaan. Of door plaatselijke groepen laten oppakken. Maar toch een bijdrage vragen aan de gemeente voor de drie thema's. En daar zijn we de eerst komende jaren gewoon hartstikke druk mee. Over 10 jaar hebben we hopelijk echt iets laten zien.

Mijn vrouw roept mij, momentje. Onderbreking bij respondent- *Dit is een interview....geruis... * Mijn vrouw is ... hoe lang hebben we nog?

Uhm nog 1 vraag eigenlijk. Oké, dan zal ik dat even doorgeven, ze zegt dat het eten klaar is. Oké stel je laatste vraag.

Heeft u aanbevelingen of tips voor stichting kostbaar Salland op het gebied van financieringsbronnen of samenwerkingen? Nou ik heb zitten kijken naar de stichting. Mijn belangrijkste tip is eigenlijk. Dat het geld nooit voorop moet staan maar dat de inhoud voorop moet staan. Als geld je drijfveer wordt gaat het altijd fout. Dat is eigenlijk mijn belangrijkste tip.

Oké. Bedankt voor het interview, Als u geïnteresseerd ben kan ik het verslag naar u toesturen op het eind? Vind ik zeer interessant. Ik vind Stichting Kostbaar Salland zeer interessant want Salland is echt een mooi gebied waar je van de natuur kan genieten. Mijn vrouw komt er vandaan. Ik kom er al vanaf 1972, dus ik ken Salland heel goed. Kom er regelmatig bij iemand op bezoek. Het is een hele mooie streek. Dus ik zal ook nog wel is met iemand van Stichting Kostbaar Salland wil spreken maar dat laat ik een beetje van hun afhangen. Oké, ik zal het doorgeven! Oké ja!

Oké. Bedankt voor het interview. Graag gedaan. Dag.

Interview 6 Uitgetypt

Interviewtranscript: Lindsay Ehringfeld

Interview met: Dhr. Tjabringa

Functie: betaalde kracht voor stichting SPLIJ

Interview door: Lindsay Ehringfeld

Locatie: Saxion Deventer

Datum: 29 april 2016

Schuin gedrukt: Interviewer

Dik gedrukt: Dhr. Tjabringa

Vind u het goed als ik het gesprek opneem? Ja, prima hoor, ja geen enkel punt. Ja, oké.

Heb je les van Michiel Flooren ook? Ja dat klopt, ja dat is mijn examiner, ja Oh prima.

U bent bekend met Stichting Kostbaar Salland? Ja ken ik goed, ja.

Oké, uhm ik wil graag beginnen met wat is uw functie binnen de stichting eigenlijk? Want het is een soortgelijke stichting als Stichting Kostbaar Salland. Uhm, nu gaat even mijn mobiel ja. Voor de Stichting particuliere landschap IJzellandschap dat ik projectuitvoerder ben. En dat projectuitvoeren houdt in dat ik in den brede zin het bestuur ondersteun met alle werkzaamheden die het bestuur moet doen. Dat ik de contacten onderhoud met overheden als het gaat om de financiering. Ja, en dan vooral voor het gebied het eerste aanspreekpunt ben als het gaat om de contracten en de vragen die de contractanten hebben. Dus ik heb in het verleden contracten afgesloten en op het moment dat er nieuwe middelen komen dan behoort dit ook tot mijn taak.

Ja, en kunt u mij iets vertellen over de missie en visie van stichting SPLIJ. Uhm nou wat we, wat we, dan het SPLIJ is opgericht op initiatief van gemeente Kampen, Zwolle en Zwartewaterland met als doel om de groen blauwe diensten uit te voeren. Wat we heel erg belangrijk vinden is dat particulieren eigenaren die vaak belangrijke elementen in eigendom hebben dat we die vanuit de maatschappij kunnen ondersteunen met het onderhoud. Want we genieten er met zijn allen samen van, en dan is het ook uhm eigenlijk wel goed dat we als maatschappij een vergoeding over hebt. Dus uhm en we zijn ook van mening dat particuliere eigenaren gewoon heel belangrijk zijn voor het landschap in de IJssel IJsseldelta. Uhm vanuit die achtergrond is de SPLIJ opgericht en zet het bestuur zich in om dat zo goed mogelijk te kunnen doen.

En wat doen jullie precies om de eigenaren mee te krijgen om het landschap te onderhouden en om zeg maar iets in te brengen? Want dat is wat u bedoelt toch? Nou, uhm we hebben uhm ik weet niet in hoeverre ik daarvan op de hoogte ben, maar de financiële middelen vanaf 2011 waren die goed ook wel iets eerder. Maar voor SPLIJ in 2011 begonnen. We hebben een aantal jaren we veel geld hebben en hele nette vergoedingen kan geven voor over een periode van 30 jaar. Dus dan is het niet zo moeilijk om particulieren betrokken te krijgen bij het werk wat je doet. Want heel veel mensen die meedoen die zeggen, ja ik onderhoud mijn knotwilgen toch wel. Uhm maar ik vind het leuker dan ik er ook een

vergoeding voor krijg. Dus er zijn weinig mensen die puur meedoen voor het geld, maar zien het geld als een leuk extraatje want die doen het werk toch al.

ja oke. We hadden niet veel moeite om mensen te krijgen. Maar meer moeite om contracten af te sluiten. Mensen krijgen jaarlijks hun geld. Dus dan moet je echt wel aanleidingen zoeken dat je even contact met ze zoekt en even vraagt hoe het met ze gaat. We bestaan dit jaar vijf jaar, dus we gaan ook bijeenkomsten organiseren voor alle contractanten om zo die binding ook tot stand te houden en we ze het gevoel geven dat je samenwerkt aan het landschap.

Ja, oké en jullie bestaan ook uit vrijwilligers? Ja, het bestuur werkt vrijwilliger en ik ben de enige betaalde kracht voor een paar uur per week. *Oke.* Maar verder is vrijwilligersclub. Ja. Een beetje hetzelfde als Stichting Kostbaar Salland. Ze hebben de uitvoering dacht ik neergelegd deels bij landschap Overijssel?

En wat is eigenlijk jullie belangrijkste doelgroep? Dan denk ik dat je de particulieren bedoeld. Uhm, ja ik denk dat wij voor merendeel particulieren hebben en iets minder mate boeren. dat heeft ook te maken met dat wij veel boeren hebben die in het open landschap zitten. Dus dat je wat minder aanbod hebt aan landschapselementen. Maar ik weet niet zo uit mijn hoofd, maar ik denk dat ongeveer 60 % particulier is en 40 % boer, misschien 75 % particulier en 25 % boer, om en nabij die aantallen.

Oké en uhm en wat is de waardepropositie van het bedrijf? Waarom is het belangrijk dat jullie bestaan? Want er zijn natuurlijk heel veel organisaties van het landschap? Waarom is het belangrijk dat wij bestaan? Ja, dat is een goede! Uhm nou ik denk dat wat wij terug horen vanuit het veld is dat contractanten en dan gaat het voornamelijk om de agrariërs want die vinden het heel plezierig dat er een lokale stichting is. Die deze regeling uitvoert. Een stichting waar mensen gewoon werken die je kunt bellen. Die langskomen, he als mensen vragen hebben en ik moet even langskomen dan rijd ik er makkelijk even heen. Dat in tegenstelling tot grotere nationale regelingen waarbij de boer soms een jaar op zijn geld moet wachten en waarvoor, waarbij ze de indruk hebben dat ze meer tegen een molen aan het praten zijn dan tegen mensen. *Dus de persoonlijke contacten.* Vanuit het gebied hoor je vaak: " Het is een prettige club dat goed met overboeken van middelen, je kunt makkelijk contact krijgen en het feit dat we lokaal zijn maakt ons bekend in de streek. Dus we zijn niet een club die vanuit provincie aangestuurd wordt. Dat is voor een eigen stichting met bestuursleden die ook in de IJsseldelta wonen en ik denk dat dat ons wel een meerwaarde geeft ten opzichte van anderen die er op zich wel wat boven zweven.

En uhm met welke stakeholders heeft de stichting te maken? Welke samenwerkingen zijn er bijvoorbeeld? Nou we hebben uiteraard te maken met onze fondsverstrekker, dat zijn de drie gemeenten en de provincie. Die vier als het gaat om specifieke groen en blauwe diensten. Wij doen ook aan langjarige weidevogel beheer contracten. Dan hebben we ook te maken ook provincie in dit geval vanuit Wijhe en Kampen en waterschap. Dus dat zijn onze partijen die het fonds vullen waarmee je contracten kan afsluiten. *Ja.* En uhm in de uitvoering hebben wij veel te maken met agrarische natuurvereniging Kamperland die ons enerzijds ondersteunen met het afsluiten van contracten en ook bij de uitvoering van aanleg en herstel werkzaamheden. Wat zij ook doen voor ons is de tweede punt is de monitoring van de weidevogels voor ons. Contracten die wij hebben afgesloten voor weidevogels. Dat doet dan de agrarische natuurvereniging de jaarlijkse tellingen om te kijken of de inzet loont en of

je meer weidebos krijgt. *Oké.* Dat zijn de belangrijkste partijen en recentelijk nog is de SPLIJ lid geworden van gebiedscoöperatie IJsseldelta en daar zitten inmiddels 24 gebiedspartijen in, in de hoop dat we daarmee samen naar projecten kunnen stappen op het gebied van natuur en landschap.

Oké, duidelijk en heeft u ervaring met de stichting betreft vrijetijdsgebruikers die betalen voor landschap? Deze vraag stel ik omdat Stichting Kostbaar Salland is op zoek naar nieuwe financieringsbronnen en zouden graag bij de vrijetijdsgebruiker proberen te vinden. Vaak met een omweg omdat het eigenlijk landschap wordt als vanzelfsprekend gezien. Misschien heeft uw organisatie ervaringen met vrijetijdsgebruikers die betalen voor het landschap. Nou, eigenlijk niet dat zal ik heel eerlijk zeggen. Wij worden nu gefinancierd 100 % vanuit de overheden. Dus uhm dat is 1. En 2 we zijn als SPLIJ ook niet zozeer, of niet zozeer actief op zoek naar bronnen van inkomsten met name uit de samenleving, maar wat wel interessant is is dat wat ik eerder noemde is dat wij zijn aangehaakt bij gebiedscoöperatie IJsseldelta en die is daar wel veel nadrukkelijker mee bezig om te kijken hoe je, nou ja je financiering voor je investering voor je landschap op peil kunt houden met verdienmodellen. hm hm. Daar ben ik ook heel nauw bij betrokken want ik werk ook voor de gebiedscoöperatie.

Oké, en ziet u daar ook succes- en faalfactoren? Dus bijvoorbeeld wat is succesvol om als je bij de vrijetijdsgebruikers uhm eigenlijk een inkomstenbron wil ontdekken. Ziet u daar ook kansen, of loopt u tegen problemen aan? Nou we zijn met twee dingen bezig, dat is uhm iets wat verder van de vrije tijd afstaat; de agrarische sector waar we verdienmodellen aan het ontwikkelen zijn. Waarbij we heel nadrukkelijk stellen op het moment dat wij een project kunnen starten waarbij je als agrariër financieel beter van wordt dan vragen wij een gedeelte van dat rendement terug voor in het gebied fonds coöperatie om daarmee projecten te kunnen ondersteunen op het gebied van recreatie natuur en landschap. Om daarmee het landschap intact te houden en daarmee de kwaliteit kunnen borgen. Dat is iets waar wij heel druk mee bezig zijn en de resultaten zijn nog niet zodanig dat je zegt dat het gaat lukken, maar wij hebben nu wel een groot profijt boeren die aangehaakt zijn ook in de projecten en daar deels voor betalen. Een tweede wat wij hebben gedaan en wat nu wel loopt is de website IJsseldelta.nl die wij hebben ontwikkeld. Daar zijn nu 41 toeristische ondernemers aangesloten die allen een eigen portaal op de site hebben. Zij betalen jaarlijks ook om op die site te staan en we hopen dat als je heel veel ondernemers daar op hebt dat je daar ook wat geld aan over houdt om te kunnen investeren in je landschap, maar dan zeg ik er tegelijkertijd ook bij dat zijn wel totaal andere bedragen als waar je het over hebt binnen Stichting Kostbaar Salland en de SPLIJ als het gaat om onderhoud middels contracten. Uhm, dus ik moet wel eerlijk zeggen dat dit wel een heel moeilijk vraagstuk is en ook waarbij je ook moet kijken of je de burgers zover krijgt om die knop in het hoofd om te zetten dat zij betalen voor hetgeen wat zij vanaf de fiets zien.

Ja, en in eerder gesprek met landschap Overijssel kwam eigenlijk uit dat je niet uhm aan de toerist geld zou moeten vragen, maar eigenlijk aan de ondernemers in het gebied. Want als je die mee krijgt in het behoud van het landschap en dan ook echt de uitleg geeft wat het belang is en voor het imago natuurlijk dan heb je een veel betere doelgroep? Bent u het daar mee eens? Daar ben ik het wel mee eens ja. Dat is ook wat wij doen met die website in de IJsseldelta. Dat we ons met name richten op de toeristisch recreatieve ondernemers. Ja oké. Dat zij gaan bijdragen voor het behoud van landschap en dat zij vervolgens ook dan als vanzelf ook de plicht hebben om dat verhaal door te geven aan hun

klanten. Het is ook veel makkelijker dat een toeristische ondernemer dat verhaal doet naar een klant dan de SPLIJ of Stichting Kostbaar Salland. Dus ik denk dat het richten op de toeristische ondernemers, dat het meer kans van slagen heeft dan dat je meer individueel op de bewoners of toerist richt.

Ja, en een andere mogelijkheid zou zijn dat je een landschapsbeleving creëert in het landschap. Te denken aan rondleidingen, uhm door een boer of dat soort nieuwe dingen. Ziet u daar ook iets in? Kan daar ook een financieringsbron uit komen? Ik zie daar wel iets in, in de zin dat je mensen betreft bij het landschap. Dat je de boer daar ook een andere rol in geeft. De boer is veel meer dan alleen het produceren van melk, aardappelen of wat dan ook. Die heeft een hele belangrijke taak in het landschap zelf. Qua onderhoud, maar ook in het uitdagen van het verhaal. Dus ik denk, voor een hele kleine doelgroep goed kan zijn, maar als je het hebt over financieel en qua rendement is het zeer machinaal. *Beperkt inderdaad.* Mensen zijn best bereidt om te betalen voor een excursie, maar als je dat afzet tegen de inzet die de agrariër moet plegen, tegen de inzet die je moet plegen om überhaupt je evenement bekend te krijgen. Dat mensen zich kunnen inschrijven. Die kosten baten kan je tegen elkaar wegschrijven en daar houd je weinig tot niks aan over om dat te herinvesteren in je landschap. Dus het is heel goed, maar financieel is nou ja je inleg dermate hoog dat het bijna niet opweegt tegen de inkomsten.

Nee precies, en zoals vrijwillige bijdrages, vragen jullie daar ook na? Of zijn jullie daar nog niet mee bezig? Nee, we hebben de luxe gehad dat we in de regeling zelf die we tot nu toe hadden dat we het niet hoefden te doen. Dus we konden 100 % financieren. We hebben bij twee a drie projecten daar een uitzondering op gemaakt dat mensen wel een eigen bijdrage moesten doen en daar wordt ook niet zo moeilijk over gedaan. Dat hangt natuurlijk ervan af hoeveel je zelf mee neemt. Een bedrag duizend of tien willen mensen zelf wel instoppen als daar een mooi bedrag tegenover staat. Een eigen bijdrage vind ik en zou ik ook best wel goed vinden en ik weet ook wel dat ze er voor openstaan.

Oké, en bij welke projecten hadden jullie een soort van eigen bijdrage gevraagd? Nou, we hebben op een landgoed. We hebben nou een plas uitgebaggerd. En daar zat qua ecologie een hele dure kostpost aan vanwege de modderkruiper. Het wat gezegd we willen hier wel mee verder gaan maar het is een dermate dure opdracht of klus dat we toch een eigen bijdrage vragen en dat was ook verder prima. En uit mijn hoofd nog één of twee dingen, maar die heb ik nu even niet scherp. Maar op het landgoed ging dat vrij makkelijk.

Oké, ja en hoe ziet u eigenlijk de financieringsbronnen in de toekomst voor de stichting? Uhm nou uhm één van de financieringsbronnen is heel slim met je huidige centen in het fonds omgaan. Dus je financieringsvraagstuk moet je ontzettend goed en slim op orde hebben om zo met de rente inkomsten weer nieuwe dingen te kunnen doen. En daarnaast want dat is nog een stap die de stichting moet gaan zetten om nieuwe middelen te genereren, maar niet bij overheden maar bij private partijen als zijnde hele grote bedrijven die wellicht bereidt zijn om te sponsoren of andere fondsen zeg maar bereidt zijn om projecten te sponsoren of geld ergens in willen stoppen. Maar het zit hem wel in uhm de korte klappen. Dus niet uhm hoe moet je dat zeggen hele complexe projecten opstarten waarbij je heel veel inzet moet plegen en waarbij je heel veel mensen nodig hebt om het tot een succes te maken. Het is gewoon moeilijk.

Ja, en uit een gesprek, een ander interview, kwam er uit dat stichtingen ook wel een financieringsbron kunnen vinden als je gaat samenwerken met waterschap. Zijn jullie daar al mee bezig? Toevallig? Het enige dat wij met het waterschap is een groot weidevogel contract en moesten compenseren voor de aanleg van een nevengeul Bij Schelle Oldeneel, ten westen van Zwolle, maar dan zit je een beetje in de rol van het waterschap als opdrachtgever en de SPLIJ als opdrachtnemer. Maar goed dat heeft uit mijn hoofd wel een 200.000 euro opgeleverd wat je langjarig kan inzetten voor weidevogel beheer. *Dus dat is uhm best wel, dat was best wel een kans.* Dat is zeker een kans, maar dan word je als stichting ook. *Uitvoerend of ..* Dan word je een uitvoerende opdrachtnemer in feite. Anders dan dat je vanuit de provincie een zakje met geld gehad hebt en dat mag je zeg maar uitdelen. Nu was het meer, nou ja we krijgen een opdracht vanuit het waterschap om voor hen iets in te vullen en dan worden we vervolgens beloond voor wat we vervolgens kunnen doorzetten naar de agrariërs die dat weidevogel beheer doen. *Maar dat uitvoerende was voor de stichting geen probleem verder?* Nee, dat kon ik doen dus dat was geen enkel punt haha. Had ik weer een mooie opdracht te doen.

Ja oké haha ,en waar zitten eigenlijk de grootste kosten voor jullie? Uhm. Nou om eerlijk te zijn als je naar de begroting kijkt op jaarbasis dan zit de grootste kostenpost misschien wel in mankracht. Kijk er is een vrijwillig bestuur die kan je inzetten om de organisatie op orde te houden, maar wil je verder en wil je projecten ontwikkelen, nieuwe netwerken aanboren wil je fondsenwerving dan heb je als vrijwillig bestuur wel iemand bij nodig die daar hen in ondersteund. Die kunnen dat helaas niet voor niks doen. En uhm uhm dus je grootste kostenpost zit hem qua organisatie in mankracht, uren.

Ja, oké dus jullie werken ook gewoon samen met mensen die iets betaald willen en kunnen doen? Ja, Ja het bestuur kan een prachtig voorstel maken en aan mij vragen van goh wil je dit jaar een miljoen aan fondsen binnenhalen, maar dat vraagt inzet van mijn kant dus uren. *Ja precies!* En dus gelden, dat het is lastig dat je. Ik ben voor de SPLIJ beschikbaar voor een minimum aantal uren om werk te kunnen bieden om de winkel draaiende te houden, maar om echt nieuwe projecten te ontwikkelen dat staat wel eens onder uhm onder uhm onder uhm druk.

Ja inderdaad, en uhm even kijken qua landschapsbeheer zijn de taken vooral voor de particulieren toch? Ja, ja de particulieren zijn verantwoordelijk voor het onderhoud. Of ze dat zelf doen of dat ze dat uitbesteden, dat mogen ze zelf weten maar zij krijgen een jaarlijks bedrag op de rekening en moeten daarvoor het onderhoud uitvoeren. Dus puur voor contractbeheer is het niet heel veel werk dat je jaarlijks geld moet overboeken. Dat je even in het oog houdt of de jaarlijkse steekproef goed uitgevoerd wordt. *Oké ja.* En wat je als taak krijgt en hebt op het moment dat iemand overlijdt, dan moet het contract overgedragen worden of je moet elders een nieuw contract afsluiten. Zo zit er wel weer iets werk aan, maar puur het contractbeheer daar zit niet de grootste hap aan werk in.

Oké en uhm jullie zoeken bijvoorbeeld niet uhm particulieren maar jullie doen ook wel aan andere projecten denk ik om de natuur in stand te houden? Uhm ja wat we afgelopen jaar gedaan hebben is dat we alle contractanten met een hoogstaande boomgaard een uilenkas gegeven om daarmee ook als SPLIJ een aanleiding te hebben om in contact te komen met de contractanten en laten zien dat je meer doet dan alleen geld overmaken maar ook wil bijdragen aan de biodiversiteit. Dus dat was een heel klein projectje dat we gedraaid hebben met een zorgboerderij in de IJsseldelta die 25 uilenkasten gemaakt heeft. Maar verder buiten de groen blauwe dienst regelingen om en bij de

weidevogelcontracten hebben we geen parallel en grote opdrachten en projecten meer lopen. Maar dat is ook een vraag voor de SPLIJ zelf. We bestaan dit jaar vijf jaar en dit wordt ook wel een vraag van wat gaan we de komende vijf jaar doen. Worden we een stichting die nauwkeurig de contracten gaan beheren, of worden we een stichting die nieuwe projecten gaan ontwikkelen en doen we dat samen met andere partijen en hoe komen we dan aan geld. Dat is wel een vraag die dit jaar op ons bordje ligt.

Als ik dan een vraag stel hoe denkt u dat het bedrijfsmodel er in de toekomst uit zal zien dan denk ik eigenlijk dat het met de overheid wordt gefinancierd? Op dit moment zijn we volledig afhankelijk van de overheid, dat klopt en op dit moment is het ook zo dat we een taak hebben voor een jaar of 30 omdat we die middelen vast hebben staan en 30 jaar uitkeren. En als wij ervoor kiezen, dat kan een keuze zijn dat we als SPLIJ zeggen we willen een beheerstichting blijven dan ben je na 30 jaar uitgewerkt met zijn allen. Dat is een ambitie die kan, maar ik hoop dat het bestuur kiest voor een grotere ambitie en zeggen: 'nou we willen ook wel aan de slag blijven in de IJsseldelta en samen met andere partijen ook nieuwe projecten te ontwikkelen'.

En ik heb eigenlijk nog een laatste vraag. Wat zijn mogelijkheden en aanbevelingen voor Stichting Kostbaar Salland op het gebied van financieringsbronnen of samenwerkingen? Heeft u tips? Waar u toevallig mee bezig bent of? Nou ik denk dat je in Salland meer aan biomassa zou kunnen doen. Met de biomassa, ja he! Met de biomassa hebben we dat zelf voor de IJsseldelta al eens doorberekend, maar we kunnen niet aan genoeg houtachtig materiaal komen om daar een goed verdienmodel op los te laten, dus ik denk dat Salland dat wellicht wel kan. Uhm, en verder ik weet niet zo goed hoe de structuur er in Salland uit ziet of daar ook een overkoepelende organisatie of gebiedscoöperatie is waar ze mee kunnen samenwerken. Ja, dat doen ze momenteel ook al ja. Oké, ja en wat je zou kunnen doen is rente-inkomsten die vrijvallen als cofinanciering inzetten om externe middelen binnenhalen.

Bedoeld u daarmee streekfondsen of heb ik het verkeerd begrepen? Nee, streekfondsen is weer iets anders. Daar kunnen particulieren geld op zetten en ontvangen daar rente voor. Wat je vaak bij fondsen en subsidiepotjes ziet is dat je cofinanciering moet hebben. Dus je moet als partij die een bepaald projectvoorstel inziet en die vragen je zegt maar geld aan dan zegt de provincie of de gemeente of wie dan ook ja wij willen wel zoveel procent geven, maar dan moet je er zelf geld bij doen. Je zou als Stichting Kostbaar Salland, maar dat geldt ook voor de SPLIJ kunnen we jaarlijks geld beschikbaar stellen als cofinanciering voor projecten. Waarmee je toch weer wat makkelijker nieuwe geld binnen haalt. Dat zou misschien wel een optie zijn, maar ik weet niet hoe de boekhouding bij Kostbaar Salland eruit ziet.

Nee, dat is zo. Maar verder vind ik het wel moeilijk. Ja klopt. Dat zal ik eerlijk zeggen. Wij zitten als SPLIJ ook met die vraag van hoe we gaan met de toekomst verder en ik weet dat Kostbaar Salland daar ook over aan het denken is.

En heeft u verder nog vragen aan mij? Nou ik ben benieuwd wie je gesproken hebt en wat tot nu toe jouw beeldvorming is. Ik ben wel net zo nieuwsgierig naar de antwoordvragen als dat jij bent. Ja, ik heb nog niet iedereen gesproken voor mijn interviews, maar ik heb met Landschap Overijssel gesproken. Daar kwam uit dat je de vrijetijdsgebruiker eigenlijk beter met een omweg kan aanspreken en anders word je als stichting ook al snel uitvoerder. Op het water is ook nog wel wat te vinden en dat

ik misschien moet gaan kijken naar het vrijwillige bestuur. Misschien kunnen ze ook gaan samenwerken inderdaad en dat alles niet perse vrijwillig wordt gedaan, maar dat moet ik nog helemaal uitzoeken hoe dan precies. Dat waren een aantal tips. Ja. En hoe ik er zelf tegen aan kijk. Het gaat echt om het landschap, dus het lijkt mij niet echt dat we entree of iets moeten gaan vragen, behalve als er echt een beleving kan worden toegevoegd en dat is ook wel lastig want het bestaat al heel lang op deze manier. Ja. Ja, dat klopt ook wel, want dat zie je ook met de verantwoordelijkheden. Want iedereen is er aan gewend dat je vrij in het landschap mag lopen. Op het moment dat je daarvoor letterlijk moet betalen, wat natuurlijk indirect wel doen want dat gaat natuurlijk via belastinggeld. Maar als je zichtbaar voor betalen moet dat zal voor veel mensen wel vreemd zijn. Want je kunt nu overal lopen en kijken, maar als dat niet meer kan dan wordt het lastiger. Ja. Dan kan je het inderdaad via een omweg doen via de ondernemers. Ja, je kunt wel kleine dingen veranderen maar dat zal niet zoveel inbrengen, maar misschien wel wat meer naamsbekendheid voor stichtingen waarschijnlijk ook wel wat opleveren. Ja, dat zou ook kunnen mee helpen ja, dat klopt.

En uiteindelijk ga ik een advies geven aan Stichting Kostbaar Salland als je geïnteresseerd bent kan ik het verslag ook naar u toesturen. Ja, dat is goed graag. Oké, dan wil ik u graag bedanken voor het interview. Ja, dat is goed prettige dag. Fijne dag verder. Ja oké, fijne dag. Doeg.

Interview 7 Uitgetypt

Interviewtranscript: Lindsay Ehringfeld

Interview met: Dhr. Lier

Functie: docent/onderzoeker plattelandsontwikkeling Saxion

Interview door: Lindsay Ehringfeld

Locatie: Saxion Deventer

Datum: 19 mei 2016

Schuin gedrukt: Interviewer

Dik gedrukt: Dhr. Lier

Ik zal het gesprek opnemen is dat goed? **Ja.** *Ja, ik ben via Michiel aan uw contactgegevens gekomen. En ik begrijp dat u les geeft in plattelandsontwikkeling. Dat heb ik in ieder geval heel veel gedaan. Doe ik nu niet meer.*

Wat doet u nu nog precies? Nog iets in landschapsontwikkeling of landschapsorganisaties? **Uhm op dit moment zit ik bij een club en die noemt zich Het Natuurhuus. Ja oké.** *En die wil de doelstelling van die organisatie om op lokaal duurzaamheid te stimuleren. En het gaat vaak om landelijk gebied.*

Oké, en bestaat het uit vrijwilligers of? **Ja, wij hebben onze eigen kern. Wij zijn druk bezig geweest om te onderzoeken hoe willen wij invulling geven aan ons bestaan. Wij willen zoveel mogelijk aansluiting zoeken bij zoveel mogelijk andere organisaties. Er zijn zoveel partijen bezig dus het gaat er meer om partijen met elkaar in contact brengen en bestaande projecten voort te helpen.**

En hoeveel personen werken er precies? **We zijn met zijn vieren. Dus uhm ja.**

En u bent bekend met Stichting Kostbaar Salland? Daar ben ik wel mee bekend. Daar werken jullie nog niet mee samen geloof ik? **Ja, via het Saxion heb ik wel te maken gehad met Stichting Kostbaar Salland. Ik was ook aanwezig bij de vergaderingen die vooraf gingen aan het ontstaan van de stichting. Dus ik ken het wel.**

En jullie stichting is al eerder opgestart? **Van ons is heel vrijblijvend en heel.. Stichting Kostbaar Salland is een grotere club en er zitten andere partijen achter en zo. Het gaat om geld en bij ons is het meer vrijwilligers bij elkaar die samen duurzaamheidsinitiatieven wil initiëren. Wij zijn ook gekoppeld aan. Je hebt een stichting Natuurhuus en er is een echtpaar en die hebben samen een Natuurhuus, maximaal Natuurhuus duurzaam huis gebouwd in de buurt van Raalte. Tussen Raalte en Heino. Rondom dat huis doen ze ook van alles en ja. Agnes heeft zoiets met deze kennis die wij hiermee opdoen. Van daaruit is de gedachte kunnen we niet een soort van pactvorm oprichten. Waarmee ook andere mensen kunnen worden betrokken. Die kennis moet je verspreiden.**

De missie en de visie. Wat is precies die insteek hiervan? **Het op lokaal niveau, dus duurzaamheidsinitiatieven op gang brengen, maar ook heel erg de gedachte van dat duurzaam ook leuk kan gaan zijn. Dat het niet ten koste gaat van de kwaliteit van het leven gaat. Dat heel veel mensen ook duurzaam oplossingen gaan vinden. Die zijn heel goed te pruimen.**

Hebben jullie een soort oplossing die creatief is bedacht of zijn jullie daar nog bezig? Wij hebben een heel huis, een hele manier van leven, het zit zo in elkaar bijna. Het zijn woningen. Om ooit in aanmerking te komen voor subsidie moeten ze ruimte maken. Maar de wijze waarop ze het huis verwarmen met leenmuren. Creëer je warmte dus het werkt gewoon goed. De wijze waarop men kookt. Met stoken van hout ook uhm in ieder geval de wijze van stoken dus oké, maar ook dingen zoals. *Ook Zonnepanelen ofzo?* Die hebben ze ook zonnepanelen, maar ook een dak en er groeit van alles op. Maar dan is er een keuze gemaakt om flauwe hellingen te hebben, maar het dak steekt dan een eind over de muur. En het is puur van in de zon heb je dan niet dat de zon naar binnen schijnt. *Dan blijft het mooi koel.* Dan blijft het mooi koel ja. In de winter kan de zon dan wel naar binnen schijnen. Het is dus simpel en effectief.

En gaan jullie mensen overtuigen om ook zo'n huis te bouwen of laten jullie het zien? Ja, bij ons kan iedereen altijd terecht. Daar kunnen wij informatie geven over hoe wij alles gedaan hebben. Hoe zij de dingen kunnen veranderen. Dus ook de kleine dingetjes.

Ja, ik zat zelf, want ik heb niet heel veel verstand van duurzaam bouwen, maar in het kader van het initiatief uhm van platform hebben wij ons bezig gehouden met duurzaam voedselproductie. Uhm en er is één of andere, vorig jaar was er één of ander natuurfest in Heeten en die is er jaarlijks en daar hebben wij gevraagd of wij daar aan mee konden doen met onze eigen uhm lokale duurzame voedsel. Wij hebben een keuze gemaakt om soort van waaier te maken van allerlei verschillende vormen van landbouw. Dus van uhm bijna antroposofisch achtig, uhm vorm van landbouw, ook duurzaam en je kunt in de moderne landbouw ook heel erg duurzaam zijn. Je kunt heel grootschalig, modern en toch op een bepaalde manier duurzaam zijn. Modern is een begrip waar je veel kanten mee op kan, maar en al die verschillende vormen die hebben, die hebben wij ook beschreven en zijn stukken van in de krant gekomen enz. Dit met de bedoeling dat het lokaal of regionaal een voorbeeld bij hebben. Wij hebben een stand bemand op die duurzaamheidmarkt om vooral ook die discussie op gang te krijgen op regionaal niveau en ook om te voor te zorgen dat die partijen die soms heel ver van elkaar afstaan bij elkaar komen. Denk aan traditionele landbouw en meer de alternatieve vorm van landbouw om die veel meer bij elkaar te brengen. Om elkaar ook te evalueren en stimuleren en om te kiezen in oplossingen. Via deze weg kunnen ze van elkaar leren. *En gebeurt het ook veel? Duurzaam, dat de boeren ook duurzaam te werk gaan?* Ja wel, daar is nog wel een discussie over of je dan die traditionele landbouw die zich noodzakelijkerwijs zich wel moet houden aan alle regels. Ik bedoel een gewone boer waar die al niet aan moet voldoen om überhaupt te mogen produceren. Je zou ook kunnen zeggen alles wat precies doen volgens die regels dan zijn ze duurzaam bezig volgens de overheid. Ze moeten duurzaam kunnen produceren en dan zeggen de anderen dat is geen duurzaamheid, dat is lang niet ver genoeg. Je moet nog veel verder, maar toch moet je ook wel respect hebben voor het feit dat uhm die regeerders de huidige boer zo gedwongen heeft om allerlei aanpassingen te verrichten om in ieder geval een stuk beter te produceren dan lang geleden. Ik bedoel de efficiency van mest die is echt aanzienlijk toegenomen doordat je nu alleen op het goede moment de mest uitrekt en op een goede manier met geavanceerde technieken en dat voorkomt heel veel verspilling.

Oké, en heeft u ervaringen met vrijetijdsgebruikers die betalen voor het landschap bij een boer? Heeft u een beleving gezien hierin. Want dat is weer op een andere manier voor een boer om geld te

verdienen aan de bezoeker. Gebeurt dat bij jullie in de stichting of voornamelijk anders? Meer in een gebied dan in zijn totaliteit. Je kunt natuurlijk zeggen op het moment dat iemand streekproducten verkoopt. Een leuk winkeltje bij een boerderij dan verkoop je als ware ook wat beleving van het landschap en dan is men daardoor wel bereid om daarvoor te betalen. Dat komt voor. *Ja.* En uhm ja, recreëren bij de boer...*Slapen etc.* Ja, daar wil men ook gewoon voor betalen voor de authentieke beleving, of hoe je het ook wil zeggen. Er zijn allerlei verschillende vormen van. Ook de boerencamping en ook dat je kunt kamperen in een bepaalde hut en zo. Dat het heel authentiek is met een vuur, ja gewoon en hoe heet dat ook al weer bij die club daar zit er weer een aparte stichting achter die dat hele authentieke kamperen mogelijk maakt. *Ja, zoals tour de boer op.* Ja, goed goed, en uhm ja dus je hebt natuurlijk even zien of dat bij ons in de buurt ook veel voorkomt.

In welke regio ben je werkzaam? Ja, ik zit in Salland te denken. Ja ik werk ook in Salland. In drie gemeenten vooral. Uhm je hebt natuurlijk al die sporten zoals boerengolf en dat je meteen gebruik moet maken van het landschap als ware.

En daar geldt voor te vragen is dat voor sommige sporten een drempel? Voor sommige sporten wordt al geld voor gevraagd. Stichting Kostbaar Salland is eigenlijk op zoek naar financieringsbronnen en uhm vaak willen toeristen niet zomaar betalen voor het landschap, dus zal er een beleving moeten worden ontwikkeld. Dus dat zijn voornamelijk van die dingen zoals overnachten, of via een andere partij kijken wat er mogelijk is. Hebben jullie bepaalde samenwerkingen met een stichting of dat niet? Nee, wat dat betreft zijn wij meer een ja luis in de pels. Maar dan meer positief bedoeld meer uhm ja.

En wat denk je dat nog meer kritistische succes- en faalfactoren zijn van uhm waar moet een organisatie in het landschap op gaan letten als ze verdienmodellen gaan ontwikkelen? Heb je daar enig idee van? Wat echt kan of wel kan? Uhm wat werkt en hoe kan je de ervaring opnemen uit. Ik heb vanuit het Saxion meer ervaringen met vernieuwingen. Ik heb plattelandswerk plaats uhm gehad en gedurende zes jaar hebben wij meer dan 100 projecten gedaan. Vaak ook wel met vormen van geld aan landschap eigenlijk en uhm het is vooral van alles bijgekomen.

Ja, ik ben ook op zoek naar mogelijkheden, maar je valt elke keer weer terug op de bestaande mogelijkheden. Dat is wel echt moeilijk ja. Wat betreft de kritistische succesfactoren. Je moet niet denken, en dat denken heel veel boeren, ja dan gaan we nu de keuze maken om over een andere boeg te gooien. We gaan geen boer meer zijn, maar gaan recreatie doen. Dan gaan we op net zo'n manier bedrijfsvoeren als dat we toen deden. Hetzelfde manier van denken en dan gaan we heel hard werken en dan moet het zelf allemaal goed komen. Zo werkt het dus niet meer. Dus je moet echt iets hebben. Je moet een soort gastheer zijn, je moet iets ontspannend over je hebben, of hoe je het ook wil zien. Maar die ene heeft het wel, maar die ander doet nog zo zijn best, ik heb het zo horen zeggen van die ondernemers die zeg ik doe nog zo mijn best en werk zo hard het is niet eerlijk en toch vind niet iedereen fantastisch leuk wat ik doe. Dus dat is de manier van doen en denken en die moet echt anders. Het is gewoon iets heel anders. Als je op gasten richt is het heel anders dan dat je op zo'n efficiënt mogelijke wijze voedsel te produceren. Dus dat is een heel groot verschil.

Ja, ik zat ook al te denken aan misschien dat ze bijvoorbeeld bij de VVV of bij zoiets bij wandelroutes financieringsbronnen kunnen zoeken en om mensen dan te laten betalen voor het landschap. En dan

dat ze één euro extra betalen voor Stichting Kostbaar Salland en dat je waarschijnlijk daar moet zoeken in plaats van direct aan de toerist. Uhm ja. Nou ja goed dat je op allerlei momenten dat een soort beleving is bij het landschap dat er dan bijvoorbeeld wandelroutes zijn en dat je bijvoorbeeld in een restaurant iets nuttigs nadat je de hele dag fantastisch gewandeld hebt in het landschap en op dat moment dat je iets extra's te doen. En dat zou wel kunnen werken? Want vaak moeten ondernemers al toeristenbelasting aan dat soort dingen betalen. Dat soort dingen moeten ze al afstaan en dan hebben ze dan is dat eigenlijk nog meer en dubbelop. Wat zou er voor hun dan zijn. Ik kan mij voorstellen dat je geld binnenhaalt en ik speculeer op dingen die ik niet zeker weet, maar ik kan mij voorstellen dat het ook weer ten koste kan gaan van de fool. Serieus.

Als je dan op ondernemers moet gaan richten moet je hun wel laten inzien dat het belangrijk is om duurzaam te zijn. Ik denk dat heel veel ondernemers, als zij dat geld direct moeten doorsluizen en zelf ook niet veel belangen hebben om op dat moment de klant te vragen om weer extra te betalen voor het landschap. Dus dan moet je ook wel weer wat terug doen. Dus bijvoorbeeld mensen daar naar toe brengen. Stichting Kostbaar Salland Marketing ofzo. Ja. En echt sponsoring van heel veel recreatieondernemingen die hebben die rechtstreeks betrokken zijn bij het landschap een bijdrage willen leveren, maar dat gaat niet bepaald vanzelf. Dus daar moeten ze eerst worden over ingelicht worden? In de algemeenheid met sponsoring is het natuurlijk zo dat het op de één of andere manier op de bedrijven moet afstralen zodat die zich ook inzet voor landschap en natuur. Voor het imago. Ja, in zijn algemeenheid met sponsoring en daar zal je de laatste tijd mee te maken hebben gehad. Geld met sportevenementen en heel veel sponsors die doen wel wat want ze vinden dat ze het niet kunnen maken dat ze niet iets doen. Dus bang voor diegene die hem vraagt. Maar toch iedereen die komt wel, maar vooruit dan doe ik dat ook wel weer. Er zijn er echt weinig van die echt iets hebben van hé met deze sponsoring kunnen wij een imago omhoog houden en we gaan het uitbuiten en dat we mede verantwoordelijk zijn voor het boerenlandschap en de natuur en we vinden dat de mensen het kunnen zien en dat ze ook naar ons kunnen komen.

En hoe zou je dit dan zien? Dat ze sponsor zijn van Stichting Kostbaar Salland en dat ze bekend worden? Ja, dat is al vaker gezegd. Stichting Kostbaar Salland die zou misschien ook letterlijk meer aanwezig of afbeeldingen zijn aanwezig kunnen zijn bij de recreatieondernemers. Dat het heel nadrukkelijk op het moment dat mensen binnenkomen dat ze kunnen zien wat is het en het samenwerkingsverband zien tussen deze recreatieondernemer en Stichting Kostbaar Salland. Als Kostbaar Salland dat weer in haar uitingen laat weten dan zouden in principe iets kunnen ontstaan.

Ja, en hebben jullie, maken jullie gebruik van financieringsbronnen of dat niet? Wij werken in onze eigen tijd vooral en uiteindelijk doet de gemeente, die wil dan ons toch op het laatste moment zo een 750 euro ofzo voor het evenement geven. Dan hebben we geloof ik 750 euro gekregen om reclamemateriaal te maken. Dat soort dingen. Niet echt speciaal iets. Gaan jullie daar na op zoek of dat ook niet? Dat doen we altijd wel, maar onze laatste bijeenkomst hebben we gezegd van het is best wel lastig om als clubje een platform als Natuurhuus precies die rol te pakken. En ik vond dat zelfde niet hard genoeg op schoot en daar zit dus die Agnes waar ik het over had zit er bij. Er zit nog iemand bij dat is Tulha heet ze, ze is zelf actief op de oorsprong. Dat is richting Heeten een perma cultuur doet ze hele leuke dingen. Heel goed bezig. Laatst wat wij gezegd hebben is van laten we dan gewoon aansluiten op die activiteiten die jullie al van plan zijn te doen en dan direct zorgt dit ervoor dat wij jullie beter uit de voeten kunnen.

Dus de hulp aanbieden. Ja, de hulp als het gaat om studenten of schrijven van stukken of weet ik dat. Maar gebruik ons om jullie eigen activiteiten die jullie toch al van plan waren om daar iets mee te doen. Er komt binnenkort één of andere bijenprofessor uit Turkije ofzo. Die komt op bezoek bij Tulha en zij heeft ons uitgenodigd om dan als hij komt er ook bij te zijn zodat we samen kunnen bedenken wat kunnen wij organiseren hier voor Salland zodat die kennis over bijen en alles wat je er mee kunt doen hier probeert te verspreiden.

Oké. En doen jullie ook folders bij de mensen in de bus. Toen met dat evenement wel denk ik? Ja, met dat evenement wel. Toen hadden wij ook een speciale samenwerking met Salland Centraal en daar hebben we geld voor betaald, van die 750 euro, flink deel, zodat we eerst op de site mochten met stukjes van ons en later mochten wij met twee pagina grote rubriek in dat blad Salland Centraal staan. Dit gaat naar 10.000 deur aan deur en zo hebben kennis verspreid ja.

Toen kwamen er wel veel mensen op af? Uiteindelijk is dat je de natuur weer mensen gaan naar de natuurfair en we hadden die duurzaamheidmarkt op de natuurfair en toen was het de hele dag gezellig druk. *Oké, ja.* En hoeveel mensen zijn er in totaal geweest uhm ongeveer 7 tot 8 duizend. Andere jaren waren er wat meer maar het had heel hard geregend. *Met evenementen gaat het dus ook wel hard met naamsbekendheid.* Nou goed, we zijn nog niet zo'n bekende naam.

En heeft u enig idee hoe de financieringsbronnen voor landschapsorganisaties of stichtingen zoals Kostbaar Salland eruit zal gaan zien in de toekomst? Aangezien de overheid zich gaat terugtrekken moeten ze dan ook voornamelijk verder gaan zoeken? Heeft u daar een tip voor? Nou ja, er is net ook al wat over gezegd verbinden met ondernemers maar dan echt om diepgaande relaties op te bouwen, dus niet meer zo even van of je een keer een paar honderd euro kunt krijgen ofzo. Maar om ze structureel te binden. Ik heb zelf ooit eens te boek als Stichting Kostbaar Salland tien mogelijke financieringsvormen benoemd en wat natuurlijk ook altijd de legaten enz., dat is bekend. Daar waar mensen geld willen nalaten aan terreinbeheer of instanties enz. Dat is best een belangrijke bron. Over sponsoring hebben wij het gehad.

Een beleving opzetten hebben wij het over gehad, bij de boer. Ja, ja ik had er nog één die ik wilde zeggen. Ohja we hebben natuurlijk ook dat soort met veilingen enz. met landschapsveilingen. Het is een hele creatieve vorm. Het is ook nog een sfeertje creëren en daar worden allemaal ondernemers voor uitgenodigd en dan worden er allerlei dingen aangeboden. Bijvoorbeeld het onderhoud van een laan en daar kan je voor bieden. *Ah, oké en dat werkt.* En het werkt en kan hartstikke goed werken. Maar dan moet je een moment en een sfeer te pakken hebben en het kan goed werken. *Ja dat moet je goed opzetten dan.* Je moet goede mensen hebben die dat begeleiden enz. De Triple A club. Uhm ik ben even de naam kwijt moet ik even nadenken. Die hebben dat georganiseerd en dat is in de buurt van Nijmegen en was een groot succes geweest. In Noorderstrand hebben ze het geprobeerd en in Marderboeren weet ik niet meer zoveel van. Als het nieuwe er een beetje vanaf is dan zakt zoiets wel als een pudding in elkaar, maar goed eenmalig is een keer. *Het is wel een idee om zoiets te organiseren en het hoeft niet per se over onderhoud te gaan maar kan ook iets anders zijn.* Een dienst van het landschap, de natuur kan zijn het mooie uitzicht dus he. En een horizon zonder storende elementen. Nou iemand kon dat kopen zo. Hij moest er dan voor zorgen en kreeg de

verantwoordelijkheid om ervoor te zorgen dat daar geen storende elementen in zicht zouden worden gebouwd, maar ik weet ook niet zo goed hoe je dat kunt afdwingen enz. *Ah oke ook zo'n duurzaam project. Dat wilde dat bedrijven daarvoor betalen.*

Dat was eigenlijk wel mijn interview.

Oké

Er zijn wel weer nieuwe dingen bijgekomen. Bedankt.

Oké, ja.

Interview 1 Gecodeerd

Interviewtranscript: Lindsay Ehringfeld

Interview met: Dhr. Jongsma

functie: Senior adviseur bij Landschap Overijssel

Interview door: Lindsay Ehringfeld

Locatie: Saxion Deventer

Datum: 19 april 2016

Schuin gedrukt: Interviewer

Dik gedrukt: Dhr. Jongsma

*~~Ik zal het gesprek opnemen is dat goed?~~ **Ja hoor***

~~Uhm Stichting Kostbaar Salland wil graag uhm nieuwe financieringsbronnen vinden bij de vrijetijdsgebruiker en het is erg lastig omdat uhm mensen zijn niet echt gelijk bereidt om te betalen voor het landschap. Nee. Ik heb al wel via mijn theoretisch onderzoek gevonden dat als er beleving wordt toegevoegd dat het dan een toegevoegde waarde kan zijn en dat ze dan wel willen betalen. Ja. En eigenlijk ga ik nu experts interviewen om te kijken wat ze doen en of de mogelijkheden ook past bij de stichting. Oké. En de stichting die financiert eigenlijk de agrariërs in het landschap en geeft een vergoeding voor 21 jaar. Hm. Ja, die wil dit ook blijven doen. Nu is er nog geld maar voor de toekomst is er nog geld nodig. Ja, precies snap ik. Is me bekend ik ken Stichting kostbaar Salland goed. Oh u kent het al goed. We ondersteunen ze heel erg ik ken het allemaal.~~

1.1 Algemeen > Functie

*~~Ik wil graag beginnen met wat is uw functie binnen het bedrijf en waarom u deze baan heeft?~~ **Waarom ik deze baan heb moet je bij de directeur vragen. Haha. Nee, waarom u deze baan heeft gekozen. Nee,** ik ben senior adviseur landelijk gebied ~~ik zal me kaartje geven heb je dat gelijk bij de hand~~ en ik werk hier sinds 2008 werk ik hier. ~~Oké.~~ Ik werk bij de afdeling landelijk gebied heet dat en ~~uh~~ zal ik je heel even kort vertellen over Landschap Overijssel. Hoe en wat. Want wij zijn een club die heeft eigen natuurterrein, in Salland: Poetlerrerveld, met name in Twente vrij veel, Limberg. Waar je nu bent de Horte, en we zijn een club die zich inzet voor landschap buiten natuurterreinen en de groene en blauwe diensten waar Stichting Kostbaar Salland mee bezig is. Ik werk op de afdeling landelijk gebied.*

Oké. Ik vind het eer om bij een natuur- en landschaporganisatie te werken dus vandaar. ~~Dus het is ook echt een hobby? Nou ik ben niet echt uhm nee ik ben geen type die in het weekend vogels zit te kijken of iets dergelijks. Ik weet er wel vrij veel van af dat wel maar dat doe ik niet.~~

1.2 Algemeen >Missie en visie

Kunt u mij iets vertellen over de visie, missie van het bedrijf?

Ja, wat wij ~~uhhhhhh~~ proberen te doen is we geloven dat natuur en landschap van waarde is voor mens, plant en dieren. Daar zetten wij ons voor in. Een stem laat horen voor natuur en landschap. Wij hebben 3 verschillende manieren, uhm 4. Een hoederol voor bescherming voor ruimtelijke ordening, als gastheer welkom heten, organiseren door middel van een adviseur en we doen heel veel projecten dus meer de uitvoerders kant, maar we geven wel mee dat het van waarde is voor mens, plant en dier. Beschermen is een beetje onze missie.

1.3 Algemeen >Vrijwilligers

Hebben jullie ook vrijwilligers in dienst. Niet in dienst, maar we hebben heel veel vrijwilligers. We werken met een groep van, uhm als je telt 7000 vrijwilligers. De vrijwilligers zagen in het landschap, ~~Ohja dat is veel.~~ Kijken met peilbuizen hoe hoog het water is, plantjes tellen, ook mensen die gastheer zijn in onze bezoekerscentra in het landschap. Uhm of gids zijn of bijeenkomsten begeleiden en noem maar op.

1.4 Algemeen >Vrijtijdsgebruikers

En is er een groei in het toerisme het gebied waar jullie werkzaam zijn?

Het toerisme trekt wel aan, maar het is wel een hoek waar je moet oppassen wat je gaat doen. Je kunt niet zomaar standaard alles op toerisme gaan doen nee. Je moet het wel uniek gaan neerzetten. Dus er is wel een markt. Landschap Overijssel is wel druk bezig zichzelf in de markt te zetten. Overal vakantiehuisjes neerzetten dat werkt ook niet meer. Je moet wel een uniek aspect gaan maken.

1.5 Algemeen >Doelgroep

ja, en wat is jullie belangrijkste doelgroep? Onze belangrijkste doelgroep qua leeftijd en qua werk. Ja, we hebben het wel ingedeeld in verschillende 'mentality groups' heet dat van Motivaction dat is een bedrijf, moet je even op de website kijken later. Die hebben verschillende doelgroepen. Wij zitten vooral bij de post-materialisten, hedonisten en in die hoek zitten we een beetje. We zitten niet bij de traditionele burgerrijk. Vooral bij de post-materialisten. Maar als je kijkt naar onze vrijwilligers zitten we wel bij het hogere segment. We werken met ouderen we hebben ook wat jongeren, maar we organiseren voor onze doelgroepen op scholen bezoekerscentra ook bijeenkomsten we organiseren breed. We zitten het meeste bij de groep die ik net noemde.

1.6 Algemeen >Waardepropositie

Oké, en wat is nou eigenlijk de waardepropositie van het bedrijf. Wat maakt het waardevol dat jullie bestaan voor anderen? Omdat wij ons ~~uhm~~ inzetten voor natuur en landschap. We zijn een maatschappelijk organisatie dus dat is een beetje een andere rol die je hebt. We zetten ons daarvoor in, maar wat wij ~~uhm~~ zeggen dat wij bieden is dat het landschap van zoveel waarde is. We hebben 5

metaforen gebruikt, voor het landschap dat is dat het als een natuurlijk fabriek heel belangrijk is, decor voor wonen en recreëren, klopt weer met jouw verhaal veel. Maar ook een allesreiniger is een woord dat het bijvoorbeeld heel veel co2 vastlegt, een groen medicijn, buitenwereld heel gezond, en dat het thuis plek is en dat is eigenlijk wat het landschap bied. En het is waard om te investeren en je best te doen voor het landschap. Dat proberen wij heel erg neer te zetten ook richting andere mensen. ~~Ja. Tring. Zal deze even stilzetten voor je. Ja is goed.~~

1.7 Relaties >Stakeholders

Met welke belangrijke stakeholders heeft uw organisatie te maken en welke samenwerkingen zijn er. ~~En dat bedoel je dan op het gebied van recreatie? Of in brede zin. Ja op het gebied van recreatie. Ja, anders dan word dat wel te breed. Nee uhm even terug op je vorige vraag~~ specifiek naar recreatie gekeken dan is wat wij bieden is vooral ook heel veel, we hebben drie bezoekerscentra in Overijssel, ~~uhm~~ in ons natuurterrein liggen, we bieden ook excursies, cursussen en die soort zaken allemaal. En waar werken we veel mee samen dat zijn ~~uhm~~, vooral ~~uhm~~ samenwerkingsverband gastvrij Overijssel. Dat is provincie breed en daar zit de RECRON in Veluwe Wee, en meer recreatiebedrijven noem maar op daar werken we mee samen. We werken ook samen met individuele recreatie en horeca ondernemers. Met gemeenten lokale projecten die hier aan relateren. ~~Oké.~~

1.8 Algemeen >Vrijtijdsgebruikers

~~En uhm loop je ergens tegenaan als je kijkt naar ervaringen met vrijtijdsgebruikers en dat ze willen betalen voor landschap of doen jullie dat niet direct?~~ ~~Uhm~~ nee we laten ze niet direct betalen voor landschap. We hebben er al eens onderzoek over gedaan naar ~~uhm~~ omdat het ~~uhm~~ het hangt een beetje af hoe je het gaat doen namelijk, dat is heel belangrijk. ~~Uhm~~ en als je kijkt naar landschap. *Ja, ik bedoel de succes- en faalfactoren.* Ja precies, wat mijn ervaring is dat ~~uhm~~ de langste drempel die je moet hebben is dat ondernemers die een afdracht willen doen voor. Wij kunnen het zelf niet innen want het is een landschap waar je door heen fietst, dus je moet draagvlak creëren bij partijen die contact hebben met de toerist en recreanten. Dat zijn wij niet alleen. Als je naar het landschap kijkt dan is het lastig. In ons eigen natuurterrein hebben we er ook eens naar gekeken wat de mogelijkheden zijn. Dat soort Nationale trust van die parkeerplaatsen waar je een euro, dollar of een pond zo noemen ze het daar, in moet gooien. We hebben al eens verkend in Lemelberg, maar het druist tegen onze principe in dat er een hek omheen komt waar je niet in mag komen. ~~Ja.~~ Dus dat is iets wat lastig is. ~~Uhm~~ voor de rest met de recreatieondernemers hebben wij de ervaring van ja we betalen toeristenbelasting dus we hebben geen zin om meer aan te doen. Dus dat is een drempel waar wij heel vaak tegen aan lopen.

1.9 Algemeen >Ondernemers

Ja, dus jullie zoeken het niet echt bij de vrijtijdsgebruikers? ~~Nou ja,~~ via de ondernemers. De gedachte is dat als ze iets gaan drinken dat ze betalen, ze drinken niet bij ons maar bij de ondernemers. Die zeggen dan ja we betalen toeristenbelasting en hebben geen zin meer te doen. Het is moeilijk, dus we doen het eigenlijk niet. Als je het wil moet je eerst investeren in de ondernemers en dan pas kun je bij de mensen terecht. ~~Ja.~~

1.10 Financiën >Huidige financieringsbronnen

Wat zijn de huidige financieringsbronnen op het gebied van landschap voor de organisatie? Voor ons? Ja, waar krijgen jullie nu geld van? Wij krijgen geld van ~~uhm~~ eigen inkomsten die we hebben van onze eigen natuurterreinen die we hebben. We krijgen inkomsten van de producten die we hebben, graan gras noem maar op. We verpachten land en hier krijgen we geld mee. Boerderijen die we op erfpacht hebben krijgen we geld mee, dus daar hebben we inkomstenbronnen zitten. We krijgen geld van fondsen van goede doelen op verschillende manieren maar ook geld van overheden. Dat is beheer van natuurterreinen van de provincie, Maar ook vrij veel samen doen we met gemeenten waar we financiën mee krijgen. Dat zijn de belangrijkste inkomsten die we hebben. We hebben natuurlijk onze eigen donateurs 10.000. Iets meer dan 10.000 en bedrijven die ook geld geven aan ons. ~~Oké.~~ Oké, en die doen dat omdat ze het landschap belangrijk vinden? Ja, ja.

1.11 Financiën > Toekomstige financieringsbronnen

En die financieringsbronnen die zijn gewoon stabiel en zullen in de toekomst ook blijven?

Nee, dat weet je nooit want we hebben al wat bezuinigen gehad, maar nee ~~uhm~~ het is nooit zeker. Die inkomstenbronnen die we hebben van de pacht en natuurgebieden die zijn wel zeker. Maar daar omheen is het elke keer spannend. Ja. Vandaar dat we ook staan te kijken om andere inkomstenbronnen te creëren, wat kun je daar mee doen. ~~Ja-Oké.~~

1.12 Financiën > Kosten

Waar zit voor jullie de meeste kosten?

~~Uhm~~ het beheer van natuurterreinen. *Dat doen jullie niet zelf toch?* We regelen onze eigen natuurterreinen zelf, we besteden het uit en huren mensen hiervoor in. We hebben zelf een aantal mensen buiten lopen. We huren aannemers in, bepaalde HBO 's die bepaalde dingen voor ons doen. Maar daar hebben we geld voor nodig. We hebben geld nodig om landschap mooier te maken om leefbaar te maken en daar hebben we geld voor nodig. Dus centraal voor projecten in en om het natuurterrein mooier te maken het landschap. Dus dat is eigenlijk ons grootste kostenpost in onze organisatie.

1.13 Relaties > (klant)relaties

Op welke manier staat het bedrijf in contact met de klant heb ik hier staan. Met wie je samenwerkt om het duurzaam te maken? Nou ja duurzaam maakt altijd beter vind ik. We hebben altijd een groen karakter als natuurlandschaporganisatie en hoe wij dat doen? Wij ~~uhm~~ en nou even toegespitst op die vrijetijdseconomie want er zijn heel veel kanten van het verhaal. Wij hebben een bezoekerscentra van waaruit wij heel veel dingen organiseren en een heel programmaboekje, dat zal ik je meteen laten zien allemaal. Hierin zie je allemaal activiteiten staan, mensen in contact en excursiegidsen en bijeenkomsten. Die ~~uhm~~ hanteren wij ~~uhm~~ en dat komt heel vaak in de media te staan. Een website die goed bezocht wordt waar alle routes op staan die wij hebben. ~~Hm.~~ Een app gemaakt waar iedereen in het landschap routes kunt downloaden waaruit je kunt wandelen. ~~Dat is ook gratis denk ik he?~~ Ja die app is gratis. De app is ontwikkeld met overheidsmiddelen dus daar kunnen we geen geld voor vangen. Want de overheid betaalt dat weer. We hebben het overwogen om het betaalbaar te doen. We maken nou een boekje en dat betalen we zelf. Een wandelroute die gaat door met het geloof het landschap heen. Een pelgrimsroute. ~~Uhm~~ we zijn in contact via een magazine die we hebben. We brengen een

magazine uit bij de mensen. En via ons project natuurlijk hebben wij contact met mensen. We organiseren donateursavonden een gesprek met de donateurs om te horen wat zij willen vertellen wat wij doen. Vrijwilligersavonden met de mensen in gesprek zijn. We zijn er op verschillende manieren mee bezig. ~~Oké.~~

1.14 Financiën >Toekomstige financieringsbronnen

~~En uhm voor de toekomst hebben jullie nieuwe dingen die jullie willen gaan doen? Veranderingen die nodig zijn?~~ Uhm dat is een beetje hetzelfde als Kostbaar Salland ook zegt. We zijn altijd op zoek naar methodes om onafhankelijk te worden van externe financiering. ~~Ja.~~ Dat is wel een grote opgave. Dus we gaan wel kijken met wat voor methodes je kunt doen. We zijn bezig met een landschapshotel met een onderneming die het landschapshotel ontwikkelt. Kunnen we daarin samenwerken en een stukje van de opbrengst investeren in het landschap, dat ontwikkelen we. Uhm we zijn altijd aan kijken wat we we met biomassa kunnen doen. Op verschillende manieren kijken we er naar om.

1.15 Algemeen >Ondernemers

Hebben jullie het idee of nog niet?

~~Nee nog niet, en ik geloof niet dat het idee ook bestaat.~~

~~We hebben strategie eigenlijk je hoeft niet, het gaat niet om het idee. Want we hebben heel lang gewerkt aan leuke en vernuftige methodes om geld te verdienen. En uhm wat Salland ook doet, via die methode van booking.com, en dat loopt echt niet hard volgens mij. Dus en ik denk dat het vastligt als je niet in de harten komt van de mensen over het landschap. Als je niet eerst investeert in de ondernemers dat je dan het landschap laat zien als iets wat mensen moeten ervaren en beleven. Je moet er mee verbinding krijgen. Ja, eerst laten zien. Laten zien aan de mensen en betrokken laten worden. Dan pas kun je gaan oogsten. Dat vergeten we en dat je heel erg gauw in technische oplossingen gaat denken. Ja precies. Al voordat ze er zijn geweest moeten ze geld investeren. En zeker ook niet ondernemers. Ik denk dat heel veel mensen bereidt zijn iets te betalen voor landschap, maar omdat wij en Kostbaar Salland niet direct in contact staat met de vrijetijdstoeristen en recreanten. Moet je via andere partijen doen.~~

1.16 Relaties >Verbinden van partijen

Als andere partijen niet het gevoel hebben, wat Kostbaar Salland heeft dan schiet het niet op. Dan moet je investeren om de eerste stap te zetten en verbinding te maken en jij noemde het waardepropositie, maar vooral die verbinding maken met de mensen. Maar wij zitten vooral op de lijn dat we mensen verbinden met het landschap en dat zijn lokale mensen en ondernemers, noem maar op eigenlijk. Die verbonden voelen. Er komen vanzelf goede ideeën boven borrelen wat ze kunnen gaan doen. Vriend of donateur willen worden, of ze gaan wat creatiefs doen. Net zoals Bookdifferent.com. Noem maar op eigenlijk. Vooral die stap ervoor moeten we niet vergeten, die is vooral belangrijk. Want de voorbeelden zijn er te over, ideeën.

1.17 Potentiële financieringsbronnen >Toeristenbelasting

En als je het echt wil veranderen dan moet je toeristenbelasting veranderen. Dat is denk ik de belangrijkste stap.

1.18 Potentiële financieringsbronnen >Landschapsbeleving

Maar je zou ook iets kunnen ontwikkelen in het landschap. Maar dat is misschien niet duurzaam? En daar geldt voor vragen?

Dat is waar wij mee bezig zijn in Twente met het landschapshotel. Lodges neerzetten in het landschap. ~~Dat werkt natuurlijk ook wel.~~ Je zet het neer en het is een unieke beleving die je neerzet. Ze doen dat omdat het in een mooi landschap is en dat verdiend. De ondernemer verdiend er geld aan en er gaat een stukje naar het fonds toe. Proberen het landschap weer mooi te maken met dit fonds. Dat is wel iets waar je doelgericht aan moet werken, ook daar heb je een ondernemer voor nodig. Dat is niet de corebusiness van Kostbaar Salland of Landschap Overijssel om dat soort dingen te gaan doen.

1.19 Relaties >Verbinden van partijen

Je moet altijd partijen vinden die hierin meegaan en die gedachten hebben. Dat is voor mij stap 1 om te gaan doen altijd.

1.20 Algemeen >Ondernemers

Ja, dan zou je dus wel een plan kunnen verzinnen en ondernemers kunnen betrekken?

Precies zij kennen veel beter nog de recreatiemarkt, of toerismemarkt dan wij of Kostbaar Salland dat weten. Wij weten het verhaal en de beleving over een mooie plek te vertellen. Dat kennen wij vrij goed, maar zij weten vooral goed hoe het werkt allemaal. Hoe een hotel werkt, hoe een lodge werkt en noem maar op eigenlijk. Hoe je de marketing goed kan doen. Dat is niet onze corebusiness. ~~Nee.~~

1.21 Relaties >Verbinden van partijen

En eigenlijk heeft u het al genoemd. Heeft u nog aanbevelingen voor Kostbaar Salland qua financieringsbronnen en mogelijkheden?

~~Ja, ik zal dus vooral wat ik net zei~~ investeren in het laten zien wat een landschap allemaal inhoudt. De waarde ervan en de mensen er op verbinden. Ik bedoel dus ook echt mensen, de ondernemer. Dus je moet vooral die mensenkant doen. Je moet daar vooral op investeren ook. Uhm meer toevoegt dan dat je denkt een technische oplossingen.

1.22 Potentiële financieringsbronnen >Betrokkenheid landschap

Ja, je kunt bij de boer tour de boer gaan doen? ~~En daar krijg je een heel klein iets van terug.~~ Ja, maar daar krijg je niks van terug. De vraag is hoe duurzaam het is. Als de boer zegt ik doe één keer mee en daarna niet meer. ~~Ja.~~ Dus als je het duurzaam wil doen dan werkt het niet. Wij werken met een systeem van dat wij een soort van trap hebben. Het begint met latente betrokkenheid. Dus mensen die voelen dat het belangrijk is, zijn echt betrokken bij het landschap. Tot en met wat kan ik dan doen voor het landschap/handelsperspectief. Ik wil wat doen voor het landschap/ ik blijf altijd wat doen voor het landschap. Dus weet je, die lijn denk je al snel aan. Maar je zit al heel snel te denken wat kunnen mensen doen voor een landschap, maar als ze zich niet betrokken voelen houdt het al snel op. ~~Ja.~~

1.23 Algemeen >Ondernemers

~~Dus die stap moet je eerst doen volgens mij. Ja oké. Dat is mijn advies en mijn ervaring. En qua ideeën zijn er nog meer dan genoeg. Ik kan je wel tig ideeën noemen zoals maar uhm van uhm accijns boven op producten, restaurant accijns, Rekening geven dat je zegt van uhm ja als je 100 euro geeft. Deze~~

rekening is 110 euro dus als je er tien euro af haalt dan-uhm. Moet je de restauranteigenaar mee krijgen. Dat is mijn advies eigenlijk.

~~Nou bedankt voor het interview~~

~~Succes ook nog met jou mooie interview.~~

Interview 2 Gecodeerd

Interviewtranscript: Lindsay Ehringfeld

Interview met: Dhr. Rodijk

Functie: Beleidsadviseur Ruimtelijke ordening gemeente Raalte

Interview door: Lindsay Ehringfeld

Locatie: Saxion Deventer

Datum: 20 april 2016

Schuin gedrukt: Interviewer

Dik gedrukt: Dhr. Rodijk

Oké, zal ik beginnen? ~~Ja is goed prima, Ja.~~

Vind je het goed als ik het gesprek opneem voor het uitwerken van het verslag? ~~Ja.~~

2.1 Algemeen > Functie

Ik wil graag beginnen met wat is uw functie hier binnen de gemeente en hoe lang werkt u hier al?

~~Oeh, dat is al heel lang. Ja.~~ Ja, ik werk hier al sinds 1981, ~~dat is al heel lang en toen was je er waarschijnlijk nog niet. Nee klopt.~~ Ik werk hier op dit moment als beleidsadviseur ruimte en programma coördinator, dat wil zeggen dat ik ~~uhm~~ voor de openbare ruimte alle taken doe die met beleid te maken hebben en lange termijn programmering. ~~En dan echt in Raalte he?~~ Ja, dan hebben we het over de hele gemeente Raalte. En hebben we het over bewegen, openbare verlichting, riolering over landschap, over groen en speelplaatsen eigenlijk heel veel van dat soort zaken die bij elkaar komen. Dat doe ik sinds een jaar of 5 en voor die tijd was ik ~~uhm~~ beleidsmedewerker groen en landschap hier in Raalte. ~~Ja, dat is dus echt relevant voor het onderwerp. Ja, dat is echt relevant.~~

2.2 Relaties > Samenwerking

En u bent ook al bekend met Stichting Kostbaar Salland? Ja zeker. *Hoe kan dat eigenlijk?* Ja, wij hebben in 2007 en 2008 met de gemeente Deventer, Olst en Wijhe het basale landschapsonwikkelingsplan opgesteld, het LOP. ~~Ja, oké.~~ En vanuit het LOP zit ook een uitvoeringsparagraaf en uitvoeringshoofdstuk. En in dat hoofdstuk is aangegeven zeg maar dat we ook willen inzetten op ontwikkelen van groene en blauwe diensten. Dat is al verder in ontwikkeling gekomen in 2008, 2009 ~~en toen is ook Stichting kostbaar Salland opgericht. Ik heb dus mede aan de wieg gestaan van de stichting en dan meer vanuit de ambtelijke invalshoek om Stichting Kostbaar Salland in het leven te roepen. Ah oké. Ja.~~

2.3 Algemeen > Missie en visie

Oké. En ~~uhm~~ kunt u mij meer vertellen over de ~~uhm~~ visie missie ~~uhm~~ van de gemeente ~~uhm~~ ten aanzien van waarborgen van landschap? Ja, ~~uhm ja uhm~~ als je het hebt over het landschap dat ja dan ga je toch weer terug naar het landschapsonwikkelingsplan van 2008. Die zul je waarschijnlijk al ingezien hebben. ~~Ja.~~ En in dat landschapsonwikkelingsplan wordt de visie van het landschap weergegeven. En de visie sluit heel erg aan ~~uhm~~ zeg maar de geografie en het ontwikkelen van de kernkwaliteiten van de zeven deelgebieden. Want daar gaat het uiteindelijk om. In Salland zijn er

verschillende gebieden, ~~uhm~~ gebieden gedefinieerd met bepaalde kenmerken. Het ene gebieden is open en het andere gebied is heel erg dicht. En dat is, dat is de visie over het landschap en die visie wordt in zeg maar plannen weer tot uitdrukking gekomen.

2.4 Algemeen >Doelgroep

~~Ja, En uhm~~ wat is jullie belangrijkste doelgroep en daarmee bedoel ik organisaties waarmee jullie samenwerken voor het behoud van het landschap. Zoals Stichting Kostbaar Salland daar doen jullie. Ja, daar doen we het nodige mee. Als je kijkt naar de hele periode dan is ~~uhm~~ zeg maar vanaf 2009 Stichting kostbaar Salland belangrijk, maar ook zeker Landschap Overijssel. ~~Hmm~~. En de gemeente Deventer, Olst en Wijhe. Daarnaast kennen wij natuurlijk in het ~~uhm~~ landelijk gebied een aantal andere partijen die ook van belang zijn zoals ~~uhm~~ LTO, dat is ~~uhm~~ organisatie van landschapbouworganisatie, de agrarische natuurvereniging is een belangrijke. En de landgoedeigenaren OBG zijn belangrijke partners. En met die partners hebben wij ook de afgelopen vijf zes jaar de nodige projecten gedaan. ~~Alleen uhm~~ toen die subsidiestromen ophielden in 2013 toen ~~uhm~~ zijn er heel veel van die projecten afgerond en afgesloten. Belangstelling is er nog steeds voor nieuwe projecten. Projecten die voort blijven bestaan dat ~~uhm~~ gaat dan over de groene en blauwe diensten. En daar doen wij heel veel dus ~~uhm~~ ja daar doen wij zaken en de samenwerkingsovereenkomsten met Stichting Kostbaar Salland.

2.5 Relaties >Samenwerking

~~Ja, en wat is eigenlijk het belangrijkste, want~~ jullie zijn er voor heel veel organisaties voor landschap. Wat is dan eigenlijk het belangrijkste dat jullie wel kiezen voor Stichting Kostbaar Salland, of uhm dat jullie misschien al langer samenwerken. ~~We werken, zeg maar uhm~~ de samenwerkingsovereenkomst is opgezet om de stichting Kostbaar Salland om daar mee een onafhankelijke stichting te hebben in Salland die zorgen, draagt aan een duurzame in stand houden van landschapselementen. En ~~uhm~~ zoals je weet worden daar contracten voor afgesloten voor een periode van 21 jaar. En ~~uhm~~ ze beheren dus ook een heel groot fonds in uhm Stichting Kostbaar Salland. Ik denk dat een miljoen of 8 9 aan geld uitstaat. ~~Ja, dus dat is ook een groot bedrag.~~ En dat is allemaal voor de groen en blauwe diensten. Dat betekend dus ook dat het geld dat daar staat dat het los is van de gemeentelijke begroting ~~uhm~~. Dat is allemaal geld voornamelijk van de provincie Overijssel en dat voornamelijk van de gemeenten komt. Uhm en daarmee zeg maar door Stichting Kostbaar Salland neer te zetten staan er geen reserves open bij de gemeenten. Die dus voor andere doeleinden gebruikt kunnen worden.

2.6 Algemeen >Waardepropositie

~~Nee, en uhm wat kunnen/~~ wat bieden jullie zeg maar aan organisaties aan als Stichting Kostbaar Salland. Een stukje inzicht ofzo? Ja kijk, wat we naast geld ~~uhm~~ zeg maar dat is natuurlijk het belangrijkste. ~~Uhm hebben wij uhm met name~~ in die eerste periode een landschapcoördinator voor de drie gemeenten tot ~~uhm~~ 2013 was dat. Heel veel werk in gedaan. En ~~uhm~~ de rol van de landschapcoördinator is opgehouden te bestaan, er was geen geld meer voor. Maar wat we nog wel doen is Stichting Kostbaar Salland ondersteunen met allerlei, ja wat kleinere faciliteiten. Als er bijvoorbeeld een keer moet vergaderd worden in het gemeentehuis/stadhuis bieden wij wat secretariële ondersteuning, of als er een grote mailing of brief verstuurd moet worden dan doen wij dat ook. Daarnaast hebben wij ~~uhm~~ heel veel bij de gemeente inhoudelijke kennis, gebiedskennis die wij

inbrengen. En de bestuurlijke contacten natuurlijk. ~~Oké, ja. Oké, ja dat is natuurlijk ook heel erg belangrijk.~~

2.7 Financiën >Toekomstige financieringsbronnen

~~En nu is Stichting Kostbaar Salland op zoek naar uhm nieuwe financieringsbronnen. Eigenlijk bij de in mijn onderzoek, bij de vrijetijdsgebruiker. Zit de gemeente, kan de gemeente daar ook bij helpen. Stel dat als ze een concept ontwikkelen voor een landschapsbeleving wat nieuw is, waar, waar de toeristen op worden aangetrokken. Ja. Zitten de gemeentes daar wel op te wachten? Oe uhm dat is zeg maar één vraag. Ja, uhm zeg maar dat is een hele goede vraag. Kijk, je moet dingen altijd zoveel mogelijk zeg maar zoveel mogelijk onderling samen aan te zien en het landschap is niet iets op zich. Dat heeft uhm zeg maar heel veel economische kenmerken als ik het zo mag noemen. En kijk hoe mooi en aantrekkelijk het landschap, trekt wel meer mensen voor uhm die hier komen om te ontmoeten en recreëren. En dat is meer een stukje economie. Dus uhm als je.~~

2.8 Relaties >Verbinden van partijen

~~Ja, dat is dus ook weer dat de gemeente ook weer wil toch, ja, om op die manier verbinding te leggen dat is uhm. Ja, ik had gisteren een gesprek met de heer Jongsma en die gaf aan. Je kunt als voorbeeld wel ergens een hotel plaatsen, maar uhm het lijkt mij meer dat je de ondernemers meer moet krijgen en dat het gaat om de verbinding met de ondernemers hoe hun denken over het landschap. En dat Stichting Kostbaar Salland als tussenpersoon daar bij zit. En dat ze met hun moet zorgen dat het duidelijk wordt, maar uhm ik stop met het idee van je kunt met iets nieuws, zelf ontwikkelen maar dat is niet wat de stichting wil. Ze willen het graag uitbesteden. Ja, ja de stichting is eigenlijk zeg maar een vrijwilligersbestuur en uhm zeg maar ze hebben geen mensen in dienst. Ja, die niet zelf entreekaartjes gaan verkopen. Ja, nee geen mensen die zelf heel veel uren kunnen maken en uhm vooral als uhm ze nog ook wat willen oppakken. Ja, en en daar heb je zeg maar netwerken voor nodig en ook de benodigde professionele kennis.~~

2.9 Relaties >(klant)relaties

~~Ja, en denkt u ook dat het belangrijk is dat uhm de ondernemers, die dan, die je bijvoorbeeld aanspreekt of een boerderij of een boer bijvoorbeeld uhm dat je het daar moet zoeken. Dat je daar moet zorgen dat daar meer kennis over wordt verspreid; je kunt bijvoorbeeld iets afdragen aan het landschap, je kan samenwerken met Kostbaar Salland. Uhm dat lijkt mij lastig? Ja, dat is natuurlijk heel erg lastig maar uhm wat nu belangrijk is en dat vind je ook terug in het uitvoeringsprogramma van het LOP, dat is uhm informatie educatie zeg maar en communicatie.~~

2.10 Potentiële financieringsbronnen >Landschapsbeleving

Zorgen ervoor dat je de kennis over het landschap dat je dat levend houdt, dat je dat ook overdraagt en uhm en dat je verhalen kunt stellen. Want dan raken mensen geïnspireerd door verhalen. Ja, uhm dat is wat je moet doen.

Ja. En je kunt op iedere plek in het landschap een verhaal vertellen uhm. Ja over de historie. Ja, over de historie over hoe het vijftig honderd of hoe het 500 jaar geleden was Ja, en dat is weer interessant voor de vrijetijdsgebruiker. Ja uhm dat is wel een hele beperkte doelgroep. Want er zijn natuurlijk ook

gigantische veel mensen die er met de fiets zullen reizen rijden. Juist moderner.

2.11 Algemeen >Vrijetijdsgebruikers

Wat zal volgens u een echte kans zijn voor misschien iets wat in Raalte gebeurd voor Stichting Kostbaar Salland om ~~uhm~~ de toeristen en recreanten te krijgen. Dat is een hele lastige vraag want ~~uhm~~ het is ook zo dat heel veel wat eigenlijk Jongasma aangeeft hoe het een zaak is dat vanuit het ondernemerschap moet komen.

2.12 Relaties >Verbinden van partijen

Ja, en een kans zie ik wel in uhm in het leggen van verbindingen ~~uhm~~ niet alleen fysieke verbindingen; nat en droog, het waterschap is bijvoorbeeld bezig met allerlei wateropgaves waardoor de waterleidingen zeg maar natuurvriendelijke invulling krijgen en meer water in het gebied blijft. Daarmee creëer je zeg maar wel een mooi netwerk en allerlei mooie groene gebieden. Op zich is dat wel heel erg mooi maar waar het ook om gaat is dat uhm zeg maar dat je mensen en organisaties ook inspireert en dat is nogal lastig. Waar liggen dan die kansen?

2.13 Potentiële financieringsbronnen >MVO

Misschien in het doorontwikkeling van het maatschappelijk verantwoord ondernemen in de agrarische sector. Je ziet dat en dat zie je ook steeds meer dat er toch wat milieubewuster en diervriendelijker wordt geproduceerd, dat wordt ook wel afgedwongen door de consument. Zo kan het ook door ontwikkelen van meer biodiversiteit in het landschap, dat kan ook aantrekkelijke factor kunnen zijn. ~~Ja, en dat zou dan ook weer toeristen kunnen aantrekken. Een aantal jaar zijn wij in Zeeland op vakantie geweest en daar heb je langs die akkers van die bloemstroken. In juni en augustus is dat heel erg aantrekkelijk als je daar langs fietst of wandelt. Dat heeft een aantrekkingskracht voor toerisme, aan de andere kant zie je ook dat het voor het landschap en de landbouw ook zijn voordelen heeft.~~

2.14 Relaties >Stakeholders

Ja, en met welke stakeholders heeft de gemeente te maken met betrekking tot toerisme? Nou, dan hebben we in eerste instantie te maken met recreatieondernemers. Zeg maar, mensen die maar ~~uhm~~ de bungalowparken en de kampeerboerderijen, bed and breakfast, een aantal hotels hier in Raalte bezitten. Niet zo heel veel, maar ze zijn er wel. Dus dat zijn belangrijke stakeholders. Dan heb je vervolgens, even denken, het recreatieschap die onderhoudt zeg maar alle recreatieve paden en infrastructuur. Ook bijvoorbeeld organisaties met sport denk ik of niet? ~~Maar sport is uhm, maar ik ben even op zoek naar Sallands Bureau voor Toerisme, SBT denk ik. Moet je daar maar even op zoeken want dat is een organisatie waar het nodige mee gedaan wordt. Als het gaat om sport dan is sport heel lokaal en meer individueel gericht. Dat mensen naar een sportschool gaan. Of echt mensen uit deze gemeente. Mensen die hier voetballen bij een Roda of wat dan ook.~~

2.15 Algemeen >Vrijetijdsgebruikers

Ja, en kunt u vertellen wat de ervaringen van de gemeente is betreft vrijetijdsgebruikers en het betalen voor het landschap? Want dat is wel echt ~~uhm~~ toerisme wil liever niet betalen voor het gebruik van het landschap. Nee. Doen jullie hier iets aan? Nee, we doen er niks aan. En zijn ook geen mogelijkheden

hier voor bijvoorbeeld betaald gebruik van mountainbike wegen of dat soort dingen. Nee, dat is allemaal gratis toegankelijk. *Ja, en zou dat een optie kunnen zijn dat er ergens geld voor wordt gevraagd, maar alleen als er een echt een nieuwe beleving wordt toegevoegd. Of zou dat te kleinschalig zijn?* Denk ik nog dat het heel erg kleinschalig is. Weet je wat het is. Natuurlijk en landschap is net zoals de openbare ruimte. Het is zo vanzelfsprekend.

2.16 Financiën >Kosten

Maar het beheer is wel duur. Ja, het beheer is wel duur, ja maar dat het zo is dat zelfde maak ik ook zo mee met de openbare ruimte. Zo gauw je de voordeur uit gaat is het vanzelfsprekend dat er een stoep ligt, de verlichting brand, een riolering onder de grond waar het afvalwater en regenwater weg kan en dat de auto er geparkeerd kan worden. Mensen vinden het allemaal vanzelfsprekend. Hetzelfde geldt voor bomen en groen in de straat en zeker voor het landschap want dat staat veel verder van hun af.

2.17 financiën >Investeren

Ja, klopt en uhm wat zijn kritische succes en faalfactoren van de gemeente om het financieren van organisaties in het beheer van natuur? ~~Ja, ja dat is een wat lastige vraag.~~ Als het gaat om het financieren van projecten in zijn algemeenheid dan is het voor de gemeente belangrijk dat daar een goed draagvlak voor is. Draagvlak vanuit de samenleving. ~~Ja.~~ En dat is waar uhm-bestuurlijk heel sterk naar gekeken wordt. En daarnaast moet het natuurlijk ook ja uhm-aansluiten bij het gemeentelijke beleid en de gemeentelijke visie. Landschapsontwikkelingsplan, daar ligt die visie. Dat is het gemeentelijke beleid. En uhm als er zeg maar vraag komt vanuit de samenleving en de samenleving organiseert zelf ook urgent het één en ander er om heen voor Stichting Kostbaar Salland. Dan is het voor de gemeente redelijk uhm dan is de gemeente wel bereidt om er op positieve manier naar te kijken. ~~Ja.~~ Ik denk nog niet dat er zomaar geld beschikbaar is. Want geld is ook een schaars goed op dit moment. En en dat zal dan afgewogen moeten worden. ~~Steken we het geld in het landschap of steken we geld in een nieuw kunstgrasveld voor de voetbal.~~

2.18 Relaties >Samenwerking

~~Ja klopt. En uhm met wie wil men samenwerken dat is dan eigenlijk duidelijk als het project wordt aantoonbaar vraag naar is.~~ Ja, het moet wel vraaggericht zijn he. De tijd dat we uhm-zeg maar als gemeente zoveel tijd en geld hadden dat we zo konden bouwen en subsidiepotjes beschikbaar konden stellen en we wisten nauwelijks of er vraag naar was. Die tijd is echt voorbij. Het moet van onderop komen. *Dus er moet ook onderzoek naar gedaan zijn en duidelijk zijn.* En de behoefte van onderop moet heel nadrukkelijk zijn en de samenhang en samenspraak die mensen daar in uhm-uhm naar voren brengen. Als men als dorp gezamenlijk iets wil dan staat er al een hele krachtige lobby.

2.19 Relaties >(Klant)relaties

Ja, en op welke manier staat de gemeente in contact met uhm de organisaties die samenwerken? Hun kunnen het uitvoeren zeg maar. *Geloof ik heb ik nu het idee. Welke organisaties doel je nou?* Bijvoorbeeld Stichting Kostbaar Salland. Ja, Stichting Kostbaar Salland, we hebben een samenwerkingsovereenkomst met de stichting. Daar is keurig in de statuten geregeld hoe we dat allemaal doen met elkaar. Daarnaast is er uhm-periodiek overleg tussen-uhm op ambtelijk niveau en er

is één of twee keer per jaar een overleg tussen het bestuur van Stichting Kostbaar Salland en de wethouder. En de wethouder van Raalte is vaak ook het enige overleg waar de wethouders van Olst Wijhe en Deventer bij zitten.

2.20 Financiën >Toekomstige financieringsbronnen

Oké, en heeft u enig idee hoe het in de toekomst er uit gaat zien voor landschapsorganisaties? Positief of? Nou ja kijk, wat je heel erg ziet is. Want je ziet dat ze nu op zoek zijn naar nieuwe financieringsbronnen en dat soort zaken. Is het misschien wel...Ja, financiering blijft altijd een lastig vraagstuk. Zo lang we in Overijssel en in Salland de ambitie is om nog meer landschapselementen onder contract te brengen en die vraag er nog steeds is denk ik dat het belangrijk is om te blijven zoeken naar nieuwe financierings- en verdienmodellen. Dat je maar minder afhankelijk bent van de portemonnee van de gemeente of de provincie Overijssel. ~~Ja, ja. Dat is gewoon een lastige opdracht die je van Annemieke hebt gekregen.~~

2.21 Relaties >Samenwerking

~~Dat is heel lastig om te onderzoeken! Alleen bijvoorbeeld welke rol zou Stichting Kostbaar Salland het beste kunnen aannemen voor bijvoorbeeld, ze kunnen zich als tussenpartij een rol aannemen of uhm ja zelf iets bedenken en dan door nieuwe mensen uitvoeren.~~ Kijk, in eerste instantie is Stichting Kostbaar Salland een fondsbeheerder. Dat staat in de samenwerkingsovereenkomst en daarnaast hebben we het ook in de samenwerkingsovereenkomst geduid op het aanboren van nieuwe financieringsbronnen. Daarin krijgt Kostbaar Salland toch wel een initiatievenrol. Zo van, pak het op! En probeer kansen in de samenleving, probeer die te pakken en probeer die verbindingen te leggen en te zoeken. Dus dat zie je ook wel gebeuren. In de Salland Deal doen ze dat heel erg goed. Samen met alle groene organisaties hier in Salland. Dat wil niet zeggen dat die verbindingen altijd direct geld opleveren, maar die leveren zeg maar wel een goede samenhang en draagvlak op voor het verder ontwikkelen van plannen. En niet alleen voor Kostbaar Salland, maar ook voor het waterschap, LTO, de gemeentes en de agrarische cultuurverenigingen. Al die clubs die daar bij elkaar om tafel zitten. Dus dat is op zich wel een hele mooie. Alleen zeg maar, nieuwe initiatieven en nieuwe verdienmodellen.

2.22 Potentiële financieringsbronnen >Vrijwillige bijdrage

Ja, en bijvoorbeeld een vrijwillige bijdrage vragen via ondernemers, dat is een mogelijkheid. Ziet u daar een kans in? Ja, dan moet je wel het goede verhaal vertellen en welke ondernemers doel je daar dan op. Zijn dat de... *De horecaondernemers vooral denk ik. Daarmee zie je het vaak gebeuren. Of bijvoorbeeld bij een bos vragen naar een vrijwillige bijdrage.* ~~Ja, ja. Omdat de natuurliefhebber vaker bereidt, schijnt te zijn.~~ Maar een natuurliefhebber is misschien al lid van een natuurmonumenten- of wandelgroeporganisatie en daar betalen ze ook jaarlijks een bijdrage voor of geven ze een donatie. ~~Hmm-hmm-ja.~~ En we moeten kijken als Stichting Kostbaar Salland daar werkelijk waar iets mee wil doen moeten ze zich op één of andere manier onderscheiden. ~~Ja, dan moeten ze dus nog iets meer doen waarschijnlijk.~~ Ja, zeg maar, dan moet het unieke van Kostbaar Salland naar mijn idee meer naar voren komen. Wat is dat dan en wat onderscheid Kostbaar Salland dan van ten opzichte van bijvoorbeeld een grote organisatie als natuurmonumenten.

2.23 Potentiële financieringsbronnen > Landschapsbeleving

Oké, en wat is hier in Raalte precies de kern waarvan van het landschap? De grote diversiteit, zeg maar en dat geldt dan voor heel Salland als je even zeg maar door de oogharen En naar het landschap in Salland kijkt dan loopt het eigenlijk van de Sallandse heuvelrug, Nijverdal Holten, in westelijke richting zeg maar richting de IJssel De IJssel is een rivier met een totaal ander landschap dan de sallandse heuvelrug. Daar tussen liggen allerlei stroomruggen en stroompjes, dat maakt het heel erg gevarieerd. ~~Hmm Hmm.~~ Ja zeg maar, op een afstand van ongeveer 20 tot 25 kilometer. Dan kan je een dwarsdoorsnede goed ervaren, maar dan moet je het wel zien. ~~Ja Klopt.~~ Dan moet je het wel zien en moet je het verhaal wel kunnen vertellen.

~~Hm hmm, ja nou dat was het eigenlijk. Dat was het, oke nou mooi!~~

Interview 3 Gecodeerd

Interviewtranscript: Lindsay Ehringfeld

Interview met: Brigitte Keijzer

Functie: werkzaam bij Kracht van Salland

Interview door: Lindsay Ehringfeld

Locatie: Saxion Deventer

Datum: 21 april 2016

Schuin gedrukt: Interviewer

Dik gedrukt: Brigitte Keijzer

~~**Dat was de moeder van een judoka waar mijn jongens heel veel mee gejudood hebben. Oh oké ik heb haar hier nog niet gezien is ze hier werkzaam. Ja, ze werkt iets met milieu. Maar goed ga maar van start. Oké, vind u het goed als ik het gesprek op neem. Ja hoor.**~~

3.1 Algemeen > Functie

Ik heb gelezen dat u ook werkzaam bent voor Salland en bij de gemeente, en ik zou graag iets willen weten wat u precies doet bij de gemeente en bij Kracht van Salland? Bij de gemeente zit ik zelfde als Hennie. En ik ben aangenomen als programmamanager plattelandsontwikkeling. Samen met allerlei partijen, en met collega's. Dat programma dat is gestopt en toen zijn wij begonnen met Kracht Van Salland. Samenwerking was er al met Raalte en Olst Wijhe en we gaan er mee verder. We hadden al een goede band opgebouwd. We steken er uren in en houden contact met alle partijen. Zo is eigenlijk het programma de Kracht van Salland ontstaan. In de Kracht van Salland zitten, daar kan eigenlijk alles in. In het voorprogramma kan alles, aanleg van groene en blauwe elementen daar zit heel veel in. Het mooie is met name de groep met de groene waterhoek die hebben elkaar gevonden en ~~uhm~~ dat heet dan nu Salland Deal. ~~Ja, heb ik gehoord.~~ Die zijn heel hecht en die proberen echt de dingen op elkaar af te stemmen. Waterbouw groen, landschap grondbezit. Daar zit Stichting Kostbaar Salland ook bij. En daar zit ik als gemeentelijk adviseur om subsidies binnen te halen voor projecten van de gemeenten. Oké.

3.2 Algemeen > Missie en Visie

Kunt u mij iets vertellen over de visie van Kracht van Salland. ~~Uhm~~ de visie van de Kracht van Salland is dat we hier in 2025 een vitaal platteland hebben staan waar het goed wonen is, waar het mooi is. *En ~~uhm~~, dat geven jullie uit handen? Of hoe dat word gedaan.* Ja, dat proberen we wel, ja we hebben als doelgroep de hele samenleving want sommige projecten gebeuren met mensen uit de hele samenleving. Maar heel veel gaan via organisaties zoals Stichting Kostbaar Salland. Dus een specifieke doelgroep hebben we niet eigenlijk, meer de hele samenleving met alles erop en aan. *En de waarde die jullie hebben?* De waarde? Ja, waarvoor zijn jullie eigenlijk nodig. Oké, de waarde is... ja we financieren, bundelen van ~~uhm~~ het verbinden van mensen dat is wat wij doen. Het aansluiten bij projecten, zoeken van financiering maar ook delen van kennis.

3.3 Relaties > Samenwerking

~~En ~~uhm~~ heeft u samenwerkingen met andere partijen, samenwerkingen echt in het toerisme.~~

Ja, in die zin dat wij vanuit de Kracht van Salland vier keer per jaar Salland Café organiseren. En daar hebben we verbinding met Salland Marketing, die kennen wij heel goed, daar ligt de verbinding met het toerisme, en daarbij heeft een collega van mij toerisme in het taakveld. Die heeft intensief contact met Thea Huisveld, en ondernemers in het toerisme.

3.4 Algemeen > Vrijtijdsgebruikers

Heeft u ervaring met of een mening over vrijtijdsgebruikers die zouden moeten betalen voor het landschap? Wat is daarover uw mening? ~~Ja, daar had ik in de auto al over nagedacht.~~ Hoe kom je nou op verdienmodellen, dat vind ik hartstikke goed. Ik vind het zelf bijvoorbeeld prima om te betalen voor een bos waar het minder druk is. Ja, dan is het minder druk, ja net zoals natuurmonumenten, ik zat te denken ergens bij Raalte is een ontzettende mooie boom, als ze daar nou een picknickplek maken, met een slot. ~~Verzin het maar.~~

3.5 Potentiële financieringsbronnen > Landschapsbeleving

Ja, dus echt iets aanleggen met een beleving. ~~Ja.~~ Ja bijvoorbeeld een stilte plek. Kijk je hebt nu bijvoorbeeld van die hele mooie natuurhuisjes, kijk zon concept kun je natuurlijk wel een verdienmodel van maken. Ja, daar zullen vast wel meer mensen achter staan. Ja, of ze daar voor willen betalen weet ik niet. Maar de natuur wordt wel steeds voller. Stilteplekken zijn bijzonder.

3.6 Algemeen > Vrijtijdsgebruikers

~~Heeft u... je mag wel je zeggen.~~ *Wat zijn volgens u succes- en faalfactoren bij vrijtijdsgebruikers in het landschap, heeft u fouten gezien?* Ja, ik vind 'het lef hebben om een prijs te vragen' vind ik wel een beetje falen van de maatschappij. Wees maar trots. Bijvoorbeeld de MKB-ondernemers, we doen het hier geweldig, maar we dragen het nog niet uit. Draag maar uit dat je een geweldig landschap heb, en dat er voor betaald dient te worden. Ja en bijvoorbeeld marketing. Krijg vaak de antwoorden 'voor de natuur wil men niet betalen' is vanzelfsprekend. Ja, je hoort vaak in conferenties inmiddels zijn er drie al gegeven, landbouw is belangrijk en ons landschap het is hier mooi, cultuurhistorie moet bewaard blijven. Als iedereen het mooi vind dan moeten ze er ook geld voor vrij maken, ook de politiek zou geld moeten vrijmaken. Er is 8 miljoen voor groen en blauwe diensten. Collega zei als ik van Heino na Raalte fiets wat merk ik daar nou van?. Nou toen zei ik alle bosjes bomen die worden geknot en

onderhouden worden, dat is nou wat je dan gerealiseerd hebt! Dat weten ze niet. Dus het uitdragen en de boodschap brengen en nog een keer, is heel belangrijk.

3.7 Algemeen >Ondernemers

Ja, ik had een gesprek met Dhr. Jongsma die zei we kunnen wel iets ontwikkelen met een beleving maar het is veel belangrijker om bij ondernemers te kijken, onderzoeken of ze iets willen afdragen, Stichting Kostbaar Salland wil niet uitvoeren, dus het is belangrijk dat de verbinding met de ondernemers goed moet zijn. Ondernemers moeten het landschap belangrijk vinden, hij zei dat je daar in moet investeren in plaats van dat je daar bijvoorbeeld een hotel neer zet. ~~Jaja.~~ Eigenlijk ligt de uitdaging in een nog best wel lang project hoort als stichting. Hebben ze in andere gebieden ook gedaan. Zo van hoe maak ik nou een verdienmodel. Bijvoorbeeld met agrarische ondernemers. Daar investeren wij in. Ja, daar heeft de overheid in geïnvesteerd. Maar de afgelopen jaar is al een deel betaald door de eigenaren zelf. Kijk je moet niet afhankelijk worden van subsidies maar een hogere bijdrage van de ondernemers zelf is natuurlijk prima. Maar dat zou je langzamerhand moeten doorzetten naar de samenleving, het bedrijfsleven. Dat kan wel maar dat kost gewoon tijd. Kwestie van tijd, kwestie van vertrouwen. Je kunt niet verwachten dat in 1 keer tien ondernemers van MKB's gaan meebetalen. Het gaat om elkaar vertrouwen, informeren en samen zorgen voor een sterkere economie.

3.8 Potentiële financieringsbronnen >Naamsbekendheid

Wat Stichting Kostbaar Salland moet uitdragen is dat zij hebben gezorgd dat ze geld hebben verzameld voor die bosjes en aanleg. Maar dat weten veel mensen niet. Alleen de beperkte groene groepjes die dat weet. *Eigenlijk is het de naamsbekendheid gewoon. Ja is nihil. Maar daar kun je ook eigenlijk nu nog niet financiering voor zoeken. Het is en. Om dat te doen zou je het moeten verbeteren. En zo'n stichting is natuurlijk heel klein bestuurtje. ~~Super druk.~~ Maar eigenlijk zouden ze actieplan toerisme en promotie moeten maken. Ik denk wel is, ik heb er niet heel veel kennis over maar bijvoorbeeld naamsbekendheid vergroten. Je kunt bijvoorbeeld ook van die groene fietsen met Stichting Kostbaar Salland erop. Ze willen het niet zelf uitvoeren. Maar dat is gewoon een aanschaf. En dan geld vragen voor die fietsen. Het is een kleine inkomstenbron maar het kan een verdienmodel zijn.*

3.9 Relaties >Samenwerking

Of dat je bij de fietsroutes die Thea huisman, dat je die boekjes, ja wie fiets hier de rijke gepensioneerden, die zitten hebben dure elektrische fietsen, die kunnen echt wel een eurotje meer betalen voor zon route boekjes. Dat doen ze nu met de streekrekening ook op een hotel site. *Ja, dan kunnen ze iets afdragen aan de stichting en ook bij meerdere doelen dus daarvan kwam niet genoeg binnen. Als je dan bijv. op die folder zet 1 euro is voor het landschap dan denk ik dat mensen wel eerder genegen zijn om 4 euro te betalen dan 3 euro. Ja. Maar zij ziet dit ook zitten? Nee, weet ik eigenlijk niet hier hebben we het nooit over gehad. En Stichting Kostbaar Salland zou dit wel kunnen doen ja. En dan niet een andere organisatie? Ze zouden het samen kunnen doen. Bijvoorbeeld met een natuurvereniging. Er komt een ja dat is grappig twintig mei is een avond georganiseerd door een tuinbouw organisatie. Die gaan het in bedrijfsleven hebben over de promotie van landbouw en dan ook het landschap. Dan komen alle bedrijven rondom het agrarische leven samen. Ook de mensen bewust maken dat sommige ondernemers het heel slecht hebben.*

3.10 Potentiële financieringsbronnen >Betrokkenheid landschap

Ja. En ik had het er laatst ook over bij mijn presentatie. Je kunt bij een boer iets ontwikkelen. Je hebt bijvoorbeeld 'Tour de boer', of buiten koken op de boerderij. Dus dan moet deze ondernemers het ook willen. Maar waarom zou hij iets van zijn inkomsten aan Stichting Kostbaar Salland willen geven; voor het landschap natuurlijk. Nou ~~uhm~~ de boeren willen zelf het landschap onderhouden, dus een deel kunnen ze zelf doen en een deel vergoed krijgen. Je hebt nu ook de buurtaanpakken. De afgelopen jaren zijn de groen blauwe diensten collectief ingezet, dan krijg je ook een buurt enthousiast. Als bijvoorbeeld de ene boer zegt ik wil die boom kappen dan zegt die andere dat kan niet. Zo krijg je meer samen denken rondom die landschapselementen.

3.11 Financiën >Toekomstige financieringsbronnen

~~En uhm, hoe denkt u dat het er in de toekomst uit zal gaan zien voor Stichting Kostbaar Salland, waar moeten ze aan denken?~~ *Uhm, poeh, tja goede vraag. Hm, wat is toekomst. Nabije toekomst denk ik dat ze best wel moeten knokken voor middelen en buffelen om hun zaak rond te krijgen als vrijwilligers stichting. Is het wel reëel dat ze allemaal vrijwilliger blijven. Ja, je zou bijvoorbeeld kunnen denken; daar wil ik ook naar toe. Agrarische natuur vereniging is er natuurlijk ook en wij hebben hier landbouw en daar zit ook weer iemand die richting groen gaat. Dus je zou Salland Deal, daar hebben we nooit over nagedacht, daar komen we dus nu op. Je zou bijvoorbeeld meer collectief dingen kunnen gaan doen. Dat je alles onder 1 stichting stopt, met 1 secretaris. En dat het de vrijwilligers heel veel tijd scheelt en dat zij dan weer de boer op kunnen met hun verhaal. Eigenlijk moeten ze bij de ondernemers zitten. *Ja*. Dat is ook die cross-overs tussen die verschillende factoren. Dat MKB groene gebeuren dat moet nog gebeuren. Dus die horeca ondernemers campingeigenaren, bewust laten worden dat het landschap wel gemaakt word door andere partijen.*

3.12 Relaties >(Klant)relaties

~~En uhm, hoe zou Stichting Kostbaar Salland het beste met de bezoekers om moeten gaan, hoe zouden ze het contact t moeten laten verlopen, persoonlijk?~~ *Ja, of door de enthousiastelingen die de elementen hebben, de bomen of de groenstrook. Ja, bijvoorbeeld Annemiek en de rest is natuurlijk super enthousiast en weten veel van landschap. Maar als een fietser stopt, en als dan bijvoorbeeld de boer of de eigenaar, als die dan verhaal doen ja mooie boom, geschiedenisverhaal, dus daar zit ook wel een verdienmodel onder. Bewustwording, we nemen het maar voor lief, ~~wat een onzin~~.*

3.13 Potentiële financieringsbronnen >Landschapsbeleving

Wat is echt een kernelement van Salland volgens u? **Ja echt een kernelement. Waar kun je toerisme naar toe trekken?** **Toerisme trekken** ~~uhm~~ *Het landschap denk ik?* **Ja het afwisselende landschap, maar ook de gemoedelijkheid en eenvoud en gastvrijheid van de samenleving. We zijn niet trots hier in Salland, komt heel vaak terug he we moeten iets trotser zijn. Het begint te komen, we doen hartstikke goede dingen hier. Toen wij een conferentiebijeenkomst organiseerden, vroegen we wat is Salland. En niemand wist hier goed een antwoord op. Nu zijn we 4 jaar later. Het verhaal begint te komen wij zijn Sallanders. ~~En er is ook genoeg historie te vertellen.~~ **Ja natuurlijk.** Er is ook een cursus leer mijn Salland kennen, dan gaan ze langs landgoederen en leren over de taal. *Ook met een app?* Nee is gewoon een echte cursus, zes dagen en dan 1 dag of twee dagen met de bus rond in Salland. *En dat is voor?* Ja voor iedereen die het wil, nee niet voor bezoekers maar echt voor inwonende. Wij adviseren altijd mensen niet uit Raalte om daar aan mee te doen.**

3.14 Potentiële financieringsbronnen >Evenementen

Ja, oké en in het toerisme welke doelgroep is denk je het meest geïnteresseerd in Salland? De wat meer vrijetijdsgebruikers denk ik. De doelgroep van Salland. Zouden ze zich op jong moeten richten, dus meer op sporten? Ja, dan moet je aan andere combinaties gaan denken. Wat ik nu zie is beetje gericht op Salland zelf. De wandelvierdaagse, de fietsroutes en ik hoorde in Raalte zeggen dat er 142 evenementen zijn in het jaar, alleen in Raalte al. Rich en blues, stoppelhaar en dat soort dingen. Wil je jonge mensen aantrekken en als die hier komen dan komen die als ouderen ook weer terug als je goed aangepakt hebt. ~~Ja, dat is natuurlijk wel duurzamer.~~ Als je kijkt, dat is een mooi verschil te zien tussen Zwolle en Deventer. Zwolle heeft vrij veel evenementen waar de jeugd op af komt. En Deventer heeft Charles Dickens en kijk ik heb natuurlijk een 22 en 18 jarige als kinderen, maar die gaan naar festivals in Zwolle. Wij zitten daar in Salland tussen die twee steden in en wat kan je daar allemaal bieden. Adventerous dingen, dat moet je dan gaan verzinnen. *En dat zou dan niet echt over het landschap kunnen gaan.* Nee, dat zou iets over het kanaal zoals waterskiën. Dat is allemaal ook maar zo beperkt. *Of een boot waar betaald wordt.* Ja, over de IJssel, dat kan ook nog. Dat zou kunnen, maar dan moeten er wel ondernemers zijn die daar op willen inspringen. *Ja, die ondernemers moet dat dan weer aanspreken.* Als je het hebt over de centrale doelgroep. Ik denk dat je dan toch op die fietsers en wandelaars moet richten. Mensen die van rust en ruimte houden. Van lekker eten, de Bourgondiërs.

3.15 Potentiële financieringsbronnen >Landschapsbeleving

En het aanbod horecagelegenheden is hier ook uitgebreid genoeg? Ja, dat denk ik wel. Er zitten wel genoeg restaurant in verschillende plaatsen en leuke cafeetjes. *En unieke aspecten van Salland? In het eten ook?* Sallandse asperges en wild eten beginnen ze wel te promoten. Dus dat zijn wel belangrijke dingen. *Ja, daar zou je ook nog wel iets in kunnen doen. En bijvoorbeeld toeristen vragen om een boer te helpen met iets zou dat ook kunnen? Mensen uit de stad nee dat is niet echt een stelling, mensen uit de stad vinden het fijn om op het platteland te zijn en echt iets te doen. Zoals koeien melken of uhm.* Nou dat is gelijk al moeilijk. Ja, het kan wel, maar dan moet je het zo gaan opzetten. Je hebt wel zichtstallen en open dagen bij boerderijen en daar komen toch vaak wel veel mensen op af. Maar dat is ook een proces waar je constant mee bezig moet blijven. Kijk, we zijn misschien wel een groepje mensen die naar zo'n boerderij terug gaan met wandelen/fietsen of met kinderen, maar je moet ook weer nieuwe mensen aanboren. Dat is een continu proces in marketing om dat blijven te promoten. Anders is een stal op een gegeven momenten ook weer klaar. *Dan zou je een route met alle boerderijen die mee werken.* Ja alle open boerderijen zeg maar. Ja, en dat is er al en Salland Marketing is daar wel mee bezig, de meeste boerderijen staan in de magazine. ~~Misschien kan ik hun een keer vragen. Ja, zou ik zeker een keer doen.~~ Die hebben een programma een meerjarenprogramma hebben ze volgens mij net weer geschreven en daar hebben ze speerpunten in staan. Eén daarvan is streekproducten en lokale producten meer naar de horeca en dat soort dingen. Je hebt bijvoorbeeld ik weet dat hier in Deventer een Mexicaans restaurant. ~~La-Cubanita of niet?~~ ~~Op de brink ergens dat weet ik niet.~~ Daar zit 2 euro of 5 euro op een gerecht voor weeshuizen in Mexico. Dat kan je hier in een restaurant ook doen. Een gerecht met 2 euro extra voor het Sallandse landschap. Als je wild eet of asperges zeg maar. Dat zou een mooi verdienmodel kunnen zijn. ~~Ja, ik zou dat ook wel gewoon betalen. Ja, dat verzin ik dan nu ter plekke maar dat is een mogelijkheid.~~ Als er dan nog een leuk gerecht mee doet. Mensen willen toch dat gerecht. Dat is bij het restaurantje ook

en dat is nog leuk ook. Dan betaal je voor het gerecht en denk je dat is nog leuk. Dan drink je een biertje minder maar betaal je voor het weeshuis. Dat is misschien nog wel een optie.

3.16 Relaties > Samenwerking

~~Ja, inderdaad. Dat was eigenlijk het interview. Oké, ja super. Succes met de uitwerking. Ja dank, je. Zal wel lukken.~~ Hier moet nog veel aan gedaan worden in Salland met samenwerking ook in het verdienmodel. ~~Er is gewoon heel veel te vinden en dan heb ik een lijst met mogelijkheden en dan heb ik dat. Dat is in ieder geval wel handig denk ik. Ik denk dat je wel tips hebt gehad. Mooi.~~

Interview 4 Gecodeerd

Interviewtranscript: Lindsay Ehringfeld

Interview met: Dhr. Herwaarden

Functie: Senior beleidsmedewerker bij landschappen.nl

Interview door: Lindsay Ehringfeld

Locatie: Saxion Deventer

Datum: 25 april 2016

Schuin gedrukt: Interviewer

Dik gedrukt: Dhr. Herwaarden

~~Ik zal het gesprek ook gebruiken voor het uitwerken van het verslag, is dat ook goed?~~ **Ja zeker.**

4.1 Algemeen > Functie

Ik zou graag willen beginnen met wat is uw functie binnen het bedrijf, binnen landschappen.nl?

Ja uhm, mijn functie is beleidsmedewerker landschap. Seniorbeleidsmedewerker zelfs. Dat betekend dat ik uhm werk voor de provinciale organisaties, landschapsbeheer en provinciale landschapsorganisaties die gezamenlijk een koepel in het leven hebben geroepen dat is landschappen.nl. En die voor hen dus taken verricht op het gebied van beleidsinvloeden, belangenbehartiging en faciliteren werk.

4.2 Algemeen > Missie en visie

Oké, en uhm kunt u mij iets vertellen over de visie, missie van landschappen.nl?

Uhm, de visie van landschappen.nl. Die is gelegen in het versterken van natuurlandschap en met bewoners en met mensen dan zeg ik het even kort door de bocht. ~~Ja.~~

Uhm en dan is het natuurlijk de vraag wat is kwaliteit van natuur en landschap en de specifieke uitwerking daarvoor.

4.3 Algemeen > Doelgroep

Oké, en wat is jullie belangrijkste doelgroep?

Nou moet je, nou moet ik even nadenken in de zin van wie je met jullie bedoeld. Als, laat ik even namens mijzelf praten. Ja, dat is prima. Want als je de provinciale organisaties, de landschapsorganisaties provinciaal bedoeld dan zit de doelgroep er veel meer in de lokale burgers en grond eigenaren. En recreantengebruikers van de gebieden ook. Voor mij landelijk is de doelgroep veel meer gericht op uhm landelijke partners en politiek Den Haag. Wij richten ons veel meer op die groepen. *Oké, en bent u bekend met Stichting Kostbaar Salland?*

~~Ik ken het ja, ik ken de stichting Kostbaar Salland. Dat is toch ook de club Bernard Heideman? Uhm de voorzitter is mevrouw Haven, Annemiek Haven, maar die naam komt mij niet bekend voor, maar. Die ken ik wel. Ik ken Bernard Heideman voorheen was hij directeur van Landschapbeheer Overijssel en daar heb ik in de loop der jaren wel contact mee gehouden. Ik dacht dat hij bij Kostbaar Salland zat, maar misschien heb ik het mis hoor. Oké, en uhm Stichting Kostbaar is nu op zoek naar nieuwe verdienmodellen in het landschap bij vrijetijdsgebruikers. Dat had ik al naar u toegestuurd. Ja.~~

4.4 Algemeen > Waardepropositie

~~En uhm~~ wat is precies de waardepropositie van Landschappen.nl? Wat maakt jullie belangrijk om te bestaan? ~~Uhm, nouja, wij zijn een...~~ Dat is even tweeledig. Wij zijn enerzijds belangrijk om te bestaan vanwege het totale landschap en dat betekent dus niet alleen onze eigen terreinen, maar ook het landschap daar buiten. We komen op voor het landschap, voor de kwaliteit van het landschap en voor de ~~uhm-uhm~~ bescherming daarvan. Ook ten opzichte van andere krachten die hier op het landschap ziet gebeuren en dan denk je even aan de landbouw ~~uhm-uhm~~ structuur, verbouwingen en dergelijke en dat soort zaken. Ja, dat daar komen wij voor op en dat is onze kern.

4.5 Relaties > Samenwerking

Oké, en met welke organisaties heeft u te vooral te maken? Welke samenwerkingen zijn er?

Nou, onze natuurlijke partners zitten in de andere groene organisaties, terreinbeheerorganisaties, zoals bos meer en natuurmonumenten. Dan hebben wij op landelijk niveau een lobbycoalitie met de... die noemen wij groene helft. Waarbij ook milieudefensie, federaties natuur en milieu, Greenpeace en dergelijke zitten. En de derde groep dat is de groep die gericht is op andere eigenaren dan ~~uhm~~ wat ik net VBO noem. Dus niet ~~uhm~~ de natuureigenaren, de natuurmonumenten, maar ~~uhm~~ de particulierenterreineigenaren. Federatie particulier grondbezit en natuurlijk de boeren. De boeren en het nieuwe collectieve die er zijn.

4.6 Algemeen > Vrijtijdsgebruikers

Oké, En werken jullie ook samen met vrijtijdsgebruikers?

Op landelijk niveau minder, maar ik merk dat nog wel dat je contacten moet hebben gehad met platformen en dat soort zaken. Met het ANWB hebben we contact mee, maar dat is niet heel intensief. Recron hebben we laatste jaar iets minder, maar hebben we ook veel contacten mee gehad. Dus de recreatieondernemers. ~~Uhm~~ tja dat is het wat ik voorlopig even weet. Paardensport hippische sport hebben we ook nog wel eens contact mee gehad.

4.7 Algemeen > Vrijtijdsgebruikers

En zijn er ook ervaringen betreft vrijtijdsgebruikers en betalen voor het landschap? Heeft u daar ervaringen mee?

~~Uhm~~ ja wel wat ervaringen mee, maar precies zijn die niet zo heel erg positief in de zin van er is dan altijd een disbalans tussen diegene die investeren in het landschap en diegene die profiteren van het landschap. Ja, de gebruikers van het landschap die zitten vooral in de recreatieve sfeer, maar de bijdrage vanuit die kant zijn eigenlijk niet in verhouding tot wat de lusten en de verdiensten zijn. En ~~uhm~~. ~~De bereidheid is niet heel erg groot, bedoelt u dat? Wat zeg je?~~ De bereidheid om te betalen is niet altijd aanwezig? Bedoelt u dat? Nee, dat is zo. Kijk het is zo dat als je het over landschap hebt, over beschermde natuur hebt dan ligt het toch iets genuanceerder. Als je het over landschap hebt dat is een gratis gegeven voor veel mensen. En ~~uhm~~ ja dat recreanten zijn consumenten die dat product als vanzelfsprekend op zich af zien komen. Het is heel moeilijk om daar een bijdrage voor te vragen. Bijvoorbeeld het onderhouden van landschapselementen kost de eigenaren van die elementen tijd en geld en daarmee dus geld. Terwijl heel veel recreanten het een vanzelfsprekend iets vinden ~~uhm~~ waar zij niet van kunnen genieten.

4.8 Potentiële financieringsbronnen >Streekrekening

En heeft u hier een oplossing voor? Heeft u een ervaring mee waar dit wel goed is mee gegaan?

Er zijn kleinschalige oplossingen waarbij wel bijdrage kan ontvangen worden van de consumptieve recreanten. Dan moet je denken in de sfeer van ~~uhm-uhm~~ bijdrage via een omweg zoals een fonds of een streekrekening, of een andere weg via parkeergeld. Via op gelden van producten, streekproducten die gekocht worden dat soort zaken. Ja, en in hele grote zin, moet ik zeggen dat, in heel groot verband dat uiteindelijk die recreant mee betaald via de overheid. Maar dan is het minder direct en gericht. Dus ik vind eigenlijk dat je dat niet zo zou moeten zien. Dat is toch een andere vorm.

4.9 Algemeen >Ondernemers

Ik had ook een gesprek met de heer Jongsma van Landschap Overijssel. Die gaf aan dat, hij vond dat er eerst verbinding moet worden gelegd met de ondernemers en dat je niet direct aan de vrijetijdsgebruikers iets kan vragen en dat je via de ondernemers in dat gebied. Dus dat je hun eerst mee zou moeten krijgen zodat ze iets zouden afdragen aan het landschap. En dat het eigenlijk een goede mogelijkheid zou kunnen zijn. Passen jullie dat ook toe? Of dat niet?

Ondernemers is natuurlijk zeg maar ook een groep op een andere manier die kan profiteren van het landschap, van het mooie landschap. ~~Er is wel een onderscheid te maken tussen die ondernemers. Hoe je dan je beelden schrijft. Ook agrariërs zijn ondernemers,~~ ik neem aan dat je nu dan vooral de niet agrarische ondernemers bedoelt. ~~Ja klopt.~~ Die kunnen dan ook in de vorm van sponsoring bijdragen anderzijds ook ~~uhm~~ er zijn dergelijke constructies geweest met landschapfondsen waar ook bedrijven aan mee betaald hebben. Zo is er bijvoorbeeld ook de streekrekening van de Rabobank waarbij de Rabobank ook een deel meefinanciert. ~~Uhm~~ ja dat zijn constructies die ~~uhm~~ die die in een beperkte mate werken. Ik vind ondernemers een vrije lastige groep moet ik zeggen.

4.10 Potentiële financieringsbronnen >Agrariërs

Ja en ~~uhm~~ als je kijkt naar agrariërs daar heb ik het over gehad met de opdrachtgever en ~~uhm~~ stel dat een agrariër een concept ontwikkeld zoals 'Tour de Boer' en hij voert het ook uit, want Stichting Kostbaar Salland heeft geen uitvoerende rol wat dat betreft. En waarom zou die boer dan geld willen afstaan aan Stichting Kostbaar Salland? ~~Want dat is dan eigenlijk een tussenpartij.~~

Ja kijk, Kostbaar Salland kan natuurlijk het landschap afstemmen en coördinatie en kan in die zin een meerwaarde creëren door meerwaarde te verzamelen en effectiever te bestrijden. Daarmee is het voor die boer natuurlijk wel een kwestie van dat hij zijn geld aan een partij moet afstaan. Maar de meerwaarde is zeker dat je het regionaal, lokaal en op beperkt schaalniveau houdt, dan is het toch heel duidelijk zichtbaar te maken. Dat zou een boer aantrekkelijk moeten vinden.

4.11 Potentiële financieringsbronnen >Landschapsbeleving

Ja precies, en ~~uhm~~ wanneer je kijkt naar landschapsbeleving daar is onderzoek naar gedaan dat voor een beleving in het landschap een vrijetijdsgebruiker wel iets afstaan. Heeft u daar voorbeelden van? Van een goede landschapsbeleving?

Een goede landschapsbeleving, ja hoe bedoel je dat? Gebieden waar mensen het landschap mooi vinden? ~~Uhm~~ bijvoorbeeld historie gebruiken door middel van een app. Mensen door het landschap

laten gaan of ~~uhm~~ door middel van iets op te zetten wat echt voor een beleving zorgt en waardoor de mensen zich vermaken. Nou wat ik dan wel een aardig voorbeeld vindt is de wandelpaden, de klompenpaden die in Gelderland en Utrecht gemaakt worden. Dat is een vorm van beleven die maakt dat het landschap toegankelijk wordt voor de recreanten. Via die klompenpaden worden door boerengronden opengesteld. De wandelpaden die gaan voornamelijk door boerengronden. En over onverharde delen van die boerengronden en daar wordt heel intensief gebruikt van gemaakt. Dus als je zegt van goh, een voorbeeld van waar recreanten het landschap goed kunnen beleven, dan is dit de vorm. Dat heeft vaak ook te maken met toegankelijk maken van het landschap.

4.12 Potentiële financieringsbronnen > Agrariërs

Ja bedankt, en ja wat zijn de kritische succes- en faalfactoren van landschappen.nl met het benutten van verdienmogelijkheden? ~~Uhm~~ een kritische factor is in ieder geval het eigenaarschap van landschap en gronden. Dat betekent dat ook als ik over landschap praat, ben ik niet direct diegene die hierover gaat. Dat is in feite de grondeigenaar. De kritische factor is toch de eigenaar van de gronden, dat zijn vaak toch de boeren hierin mee te krijgen. Dat moet, kan niet anders, op basis van vrijwilligheid en verleiden. Dat kan je niet afdwingen. En verleiden kan je doen met geld, maar ook met enthousiasmeren en verantwoordelijkheid laten nemen. Dat is denk ik de belangrijkste kritische factor om dit tot een succes te maken.

4.13 Relaties > Verbinden van partijen

Het andere is verbinding maken met de andere kant die recreanten en consumenten om die twee met elkaar te verbinden. Dat is denk ik de belangrijkste succesfactor.

4.14 Financiën > Huidige financieringsbronnen

En ~~uhm~~ wat zijn de huidige financieringsbronnen van landschappen.nl? Hebben jullie ook subsidies, giften en schenkingen?

Heb je daar al met Landschap Overijssel over gesproken? Want in feite is dat één van onze organisaties, maar als ik even praat vanuit het landelijk koepel wordt er gefinancierd en de afdracht gedaan door provinciale organisaties. De provinciale organisaties krijgen nog geld, subsidies vanuit de provincies, postcodeloterij geld en vanuit projecten die zij opzetten. Projectgelden die kunnen verschillende financieringsbronnen hebben. Vanuit verschillende fondsen of vanuit verschillende overheidspotjes. Ik weet niet of ik daar mee antwoord geef op je vraag, maar is in grotendeels waar wij ons geld vandaan krijgen.

4.15 Financiën > Toekomstige financieringsbronnen

En in de toekomst zijn deze financieringsbronnen ook nog stabiel? Gaan ze veranderen of gaan jullie nog op zoek naar andere inkomsten?

~~Uhm~~ sinds ik bij deze organisatie werk zijn wij aan het zoeken en kijken naar andere financieringsbronnen, met name toch ook vanuit een niet Overijsselse kring. Maar dat blijft een hele lastige opgave, ~~uhm~~ ik weet dat de overheidsbronnen zeker niet stabiel zijn en dat heb ik de laatste jaren ook meegemaakt. We hebben landelijk een enorme klap gekregen, wat wij hier het tijdperk bleken noemen. Toen zijn de landelijke geldkranen stevig dichtgedraaid. Ook op provinciaal niveau zijn er best wel klappen gevallen. Die hebben we niet op kunnen vangen door zeg maar particulariseren

en geldstromen vanuit het bedrijfsleven. Dus we zijn terug gegaan. ~~Nee, dat is te klein.~~

4.16 Algemeen > Vrijwilligers

En ik zien jullie hadden 75.000 vrijwilligers?

Ik heb zelfs nu al een getal van meer dan 80.000, ~~maar dat wisselt ook iedere keer.~~

Wat doen die precies en hoe staan jullie ook in contact met hun? Die vrijwilligers die zijn op meerdere fronten actief. Onze klassieke vrijwilligers die eigenlijk aan de basis zitten van het bestaan, met name de landschapsgebiedsorganisaties zijn de wilgenknoppers. Ooit zijn die landschapsgebiedsorganisaties ontstaan in de jaren 70. ~~In de jaren 70 was het duidelijk dat het echt heel slecht ging met het landschap. Dat boeren het moeilijk hadden met inkomen en dat de functies van heel veel landschapselementen vervielen. De landschapselementen waren eigenlijk meer een last dan een lust waren voor de boeren. Voorheen konden ze dat nog wel gebruiken voor hout en dergelijke.~~ Toen zijn er her en der in Nederland vrijwilligers ontstaan die tegen de boeren hebben gezegd: 'wij willen jullie ondersteunen met het onderhoud en met name de knotwilgen, houtwallen en dat soort dingen'. Dus dat is onze kernvrijwilliger die zit in dat actieve hakken en knoopbeheer. Dan hebben we vrijwilligers die ~~uhm~~ ook aan onderhoud mee doen in de natuurgebieden, dus niet alleen bij de boeren maar ook in de natuurgebieden mee helpen met beheer en onderhoud. Wij hebben vrijwilligers die niet zozeer met de handen bezig zijn, maar meer met het hoofd om het zo maar te zeggen. Die ook administratief ondersteunen en die meedenken in kleine initiatieven. Er zijn heel veel initiatieven waar vrijwilligers zitten die opgezet worden door spontane groepen her en der in het land. Daar zitten ook heel veel mensen bij die niet direct het actieve uitvoeringswerk doen, maar ook hand en spandiensten verrichten in de organisatie ervan. Wat onze organisaties daar bij doen is die initiatieven ondersteunen en anderzijds het coördineren van de uitvoeringvrijwilliger door bijvoorbeeld te zoeken naar plekken waar geknot kan worden om kort door de bocht te zeggen. Waar boeren behoefte hebben aan vrijwilligersgroepen. En dat geldt ook voor een belangrijke groep die ik even moet noemen is het weidevogelbeheer het coördineren van en monitoren van weidevogels. ~~Het vinden van nesten en het en daarmee het monitoren en voortgang van de stand van de Kievieten en de Grutto.~~

4.17 Algemeen > Vrijwilligers

En al die vrijwilligers. Hoe is dat eigenlijk ontstaan? Waren die er al? Eén van de redenen is dat in de jaren 70 die groep is ontstaan omdat ze zich zorgen maakte over het Nederlandse landschap en dit achteruit zagen gaan. Anderzijds vanuit de oorsprong is veel meer de lokale initiatiefgroepen die een klein projectje starten heel erg gericht op hun eigen leefomgeving. Een wandje adopteren en dat als speelweide of als een lokaal boomgaard willen onderhouden. En één van de dingen die we jaarlijks organiseren voor het vrijwilligersbestand op peil blijft en misschien zelfs wel groeit is natuurwerkdag. Ieder jaar eerste zaterdag van september wordt dit georganiseerd.

4.18 Potentiële financieringsbronnen > Evenement

En wat houdt dat precies in? De natuurwerkdag is iets wat we samen ook met anderen beheerders en lokale organisaties organiseren waarbij we mensen uitnodigen om aan kennis te maken met het vrijwillig landschapsbeheer om eens een keer uit te proberen wat het is om wilgen te knotten, riet te maaien of bomen te snoeien en dat soort zaken. En dat heb ik het over enkele honderden locaties op die dag waarbij er activiteiten georganiseerd worden.

4.19 Financiën >Toekomstige financieringsbronnen

~~En hoe denkt u als u in de toekomst dat het bedrijfsmodel eruit zal zien voor landschapsorganisaties?~~

Ik denk op termijn dat het toch gaan meer moeten naar private financiering. Je ziet die trend ook wel een beetje komen of op ander terreinbeheer zoals bosbeheer waar meer aandacht is voor houtproductie en biomassa. Dat zal bij ons ook wel enigszins doorgaan, anderzijds denk ik dat we nooit loskomen van overheidssubsidies. We zullen de overheid altijd nodig hebben om dit werk te kunnen blijven doen. ~~Ja.~~ En ~~uhm~~ je ziet ook een verschuiving van de rol van de overheden. Was het voorheen vooral het rijk die het natuur- en landschapsbeheer organiseren en financieren. Nu is het vooral de provincie.

4.20 Potentiële financieringsbronnen >Waterschap

~~En heeft u nog aanbevelingen of tips voor Stichting Kostbaar Salland op het gebied van~~

~~samenwerkingen of financieringsbronnen?~~ **Eén tip is misschien waterschappen. Er gaat heel veel om in het waterbeleid. Het waterbeleid is toch belangrijk en daar zit in mijn inziens ook wel mogelijkheid voor wat extra ruimte voor financiering. Dus probeer projecten te initiëren die een link hebben met water. Dat is misschien wel een kans die je zou moeten omarmen.**

~~Ja, oké ik wil u graag bedanken voor het interview. En heeft u verder nog vragen?~~

~~Uhm, ik ben wel geïnteresseerd hoe je het verder doet en wat hier verder mee gebeurd en in de verdere resultaten. Uhm ja, ik kan u het verslag opsturen als het klaar is als u daar in geïnteresseerd bent.~~

~~Graag. Ik ga een advies maken voor Stichting Kostbaar Salland en ik ben nu bezig met experts interviewen en te kijken wat de mogelijkheden en ervaringen zijn. Dan ga ik een focusgroep uitvoeren om de mogelijkheden verder aan te vullen en door middel van bestaande analyse over de bereidheid van vrijetijdsgebruikers om te betalen en waarvoor ze zouden kunnen betalen zou ik een advies uitbrengen.~~

~~Oké, daar ben ik erg in geïnteresseerd.~~

~~Ga ik het ook naar u toesturen.~~

~~Dank je wel alvast~~

~~Dank je wel voor het interview en een fijne dag.~~

Interview 5 Gecodeerd

Interviewtranscript: Lindsay Ehringfeld

Interview met: Dhr. Dolmans

Functie: directeur van Stichting Onze Waal

Interview door: Lindsay Ehringfeld

Locatie: Saxion Deventer

Datum: 26 april 2016

Schuin gedrukt: Interviewer

Dik gedrukt: Dhr. Dolmans

Vind u het goed als ik het gesprek opneem? **Ja hoor dat is prima geen enkel probleem. Ja oh oké.**

Bent u bekend met Stichting Kostbaar Salland? **Nou ik heb in ieder geval een tijdje geleden gekeken op de website, ja. En ik ken Salland, en ik vond het wel heel mooi. Oké. Ik ben het weer vergeten, maar het komt vanzelf terug als je het even noemt, en ik zit ook op de computer dus ik kan de website ook even openen. Stichting Kostbaar Salland is een stichting van 7 leden die zich inzetten voor onderhoud en herstel van het landschap, en ze zijn nu op zoek naar nieuwe financieringsbronnen, en dat ben ik aan het onderzoeken.**

5.1 Algemeen >Functie

Ik zal graag beginnen met de vraag wat uw functie is binnen het bedrijf van Onze Waal. **En je wilt het dus over Stichting Onze Waal hebben, dus je belt me niet voor mijn functie bij Vierakker als ik het goed heb he. Ja. Oké, nou mijn functie is dat ik uhm voorzitter ben van Stichting Onze Waal.**

5.2 Algemeen >Missie en visie

Oké. Wat is de missie en visie van Stichting Onze Waal. **Nou wat wij graag willen is uhm de kwaliteiten van het landschap, en het unieke van het landschap dat willen we verbinden met de cultuurhistorie en met duurzaam toerisme. En aan al die drie woorden geven we steeds meer inhoud, en die inhoud geven we samen met mensen die onze achterban zijn, en dat zijn mensen uit steden, dorpen en oorden. Oké, en heeft u het dan over vrijwilligers?**

Onderbreking bij respondent

5.3 Algemeen >Vrijwilligers

Heeft u het dan over vrijwilligers als u zegt achterban? **Ja, dat zijn vrijwilligers maar ook toeristische ondernemers, kunstenaars, kleine bedrijfjes, pension, hotelaccommodaties, daar zit van alles bij. Oké.**

5.4 Algemeen >Ondernemers

Ik had een gesprek gehad met Dhr. Jongsma van Landschap Overijssel, die gaf aan dat je het bij ondernemers moet zoeken, want om aan de toeristen te vragen te betalen voor landschap dat is niet uitvoerbaar volgens hem. Jullie werken met ondernemers, hoe hebben jullie deze meegekregen? **Nou wij proberen ze mee te krijgen, we hebben een structuur opgebouwd met provincie en die structuur hebben we rondjes pondjes genoemd, en die rondjes zijn mensen die samenkomen, en die doen samen iets met de cultuurhistorie. Met iedereen die van natuur houdt, overal hebben zich groepjes**

gevormd, en die hebben themadagen, brainstormsessie gehad, en daar zijn dus samenwerkingsverbanden uitgekomen, de rondjes pondjes bestaan een jaar of 4 a 5 en die zijn evenementen gaan organiseren, en die hebben bomen gepland, routes en argumenten ontwikkeld (gaat iets minder makkelijk) doen dus van alles, paar jaar aan de gang, en nu moet er een soort koepel organisatie komen, en daar is die Stichting Onze Waal voor. Maar we zijn ook nog niet langer dan een jaar bezig, dus zeer recent. *Oké*

5.5 Algemeen >Doelgroep

En wat is jullie belangrijkste doelgroep? Zijn dat dus de mensen van rondjes pondjes? Ja, waar we direct mee werken dat is dus elke gemeente langs de Waal. Er is een groepje vertegenwoordigers die de rondjes pondjes vormen, community on practice noemen we de rondjes pondjes ook wel, en die komen een keer of 4 bij elkaar per jaar. Er zijn ook evenementen 'De Kaai van de Waai', in Nijmegen de Vierdaagse langs de Maas, en op 5 mei het feest van de oranje linten, ik noem er een paar, en dat zijn allemaal organisaties die van de grond zijn gekomen, en daar hebben we het steeds over, kwaliteit aan toevoegen, 3 thema's waar we als Stichting Onze Waal mee bezig zijn, 1 van die thema's is het planten van bomen met betekenis, op plekken waar het oranje rechtshof heeft gestaan, verhalen van die bomen bij vertellen, en dat gebeurt dus met die rondjes pondjes. *Oké, en die thema's vertellen jullie aan de bezoeker?* Ja, die thema's worden ofwel op een app gezet, je kunt ook excursies geven, fiets tocht organiseren, daar word allemaal aan gewerkt, dat noemen ze weer dwaalroutes, dus er is van alles om aandacht voor landschap te vragen. *Oké.* En wat dus ook een onderwerp is voor cultuurhistorie, in de oorlog is er langs de hele Waal gelopen en gevochten, en dat word ook doormiddel van apps en excursies in de markt gezet. Ja, en tegelijkertijd, en dat is wel, dat is er steeds, het gaat ons niet om het bestaande landschap te laten zien, maar we willen iets toevoegen, omdat we vinden dat het landschap de laatste 40 a 50 jaar het landschap alleen maar is afgebroken, dus we willen overal bomen neerzetten, om het belang te laten inzien.

5.6 Potentiële financieringsbronnen >Evenement

En die bomen worden gepland door? Die bomen worden gepland door de mensen die meewerken met jullie of toeristen? Ja, we maken er een evenementje bij met scholen bijvoorbeeld. Ergens in een dorpje in Neerwijde, dat een heilige eik gaat planten, als gerechtsboom van de gemalen, en daar word een verhaaltje gemaakt en scholen bij betrokken, tekeningen en een bord bij neergezet, mensen bij betrekken.

5.7 Algemeen >Waardepropositie

Oké. En wat is precies de waardepropositie van Onze Waal, die maakt jullie belangrijk voor het landschap? Nou kijk wij zeggen dus dat wij iets willen toevoegen aan het landschap, en dat we mensen er van willen laten genieten, en dan kun je zeggen dat veel dat doen, maar eigenlijk wordt er veel te weinig nog gedaan, dus iedereen die een steentje bijdraagt is mooi meegenomen. We willen bescheiden beginnen. Je kunt wel grootschalig bezig gaan. Maar op bescheiden niveau met mensen die het zelfde gevoel hebben bij landschap als wij hebben werkt dit veel beter. En we merken dat als je dat doet dat je steeds meer mensen aan je kunt binden.

5.8 Relaties >Stakeholders

En met welke stakeholders heeft Onze Waal nog te maken, welke samenwerkingen zijn er nog meer?

Met de regionale toeristische bureaus, en die hebben een ander invloed. Deze willen informatie verschaffen en veel minder, stichtingen of wat dan ook, of gemeenschappelijke regelingen die toevoegen. Wij willen echt samen met mensen iets toevoegen. En daar ontstaat het gevoel dat je zelf verantwoordelijk bent voor het landschap om er iets moois van te maken. Dan hebben we ook gewoon de gemeente, en die proberen we ook gevoel voor mooi landschap bij te brengen, begint beetje te komen, maar politieke prioriteiten moet je echt moeite voor doen, als je er over praat zeggen ze is geweldig, maar als ze moeten kiezen voor duurzame energie of een industrieterreintje dan heeft dat een hogere kwaliteit dan het landschap. Dat is gewoon een trend.

5.9 Algemeen >Vrijtijdsgebruikers

~~Ja, en hoe denkt u,~~ heeft u ervaring met vrijtijdsgebruikers die betalen voor het landschap? Nee heb, ik geen ervaring mee. Wat we wel willen doen als we de eerste resultaten hebben. We gaan hele mooie bomen projecten doen, en er komt een stage onderzoek, in teken van het landschap, iets aanbrengen in het landschap of een toren neerzetten het kan allemaal en ~~uhm~~ daar willen we dan vruchtbaarheid aan geven. Maar wat was je vraag nou? Ben de draad kwijt. *Ja, of u ervaring heeft met vrijtijdsgebruikers die betalen voor het landschap?* Dus als we eerste resultaten hebben laten zien dit jaar. Dan willen we de mogelijkheid opnemen dat mensen vrienden worden van Onze Waal. En daar willen we ze toe verleiden, en dit is dus een crowdfunding, als ze mooi vinden wat we doen kunnen ze een bedrag storten en lezingen bij wonen.

5.10 Potentiële financieringsbronnen >Landschapsbeleving

Ja, en op welke manier word er beleving aan het landschap toegevoegd, ik hoorde door de drie thema's die u zei? Maar gebruiken jullie nog meer mogelijkheden. Ja, via de website moet je mensen leren over het landschap, stel dat je niks weet en je ziet een kieviet vliegen, soms weet je wel dat het kieviet is, maar ik ben zelf al vogelteller van af min 7e jaar. Als ik rondfiets ergens en ik kom thuis heb ik waarnemingen gedaan, wat zat die sprinkhaan er mooi bij. Ik heb dan 40 a 50 soorten die ik even heb gespot en bekeken, je moet dus ook mensen kennis bij brengen om te genieten. Maar meestal moet je ook nog rondleidingen geven. Of bijvoorbeeld met vogelgeluiden de mensen het volgens laten leren kennen. We hebben in onze groep ook mensen zitten die de beleving van het landschap als kernwaarde in hun organisatie hebben. Dat zijn kleinschalige organisaties die zeggen we willen mensen van de stilte laten genieten. Dit willen we ook laten uitwerken samen met het Saxion, hoe organiseer je zoiets. Hier hebben we al 3 thema's bijeenkomsten voor lopen.

5.11 Potentiële financieringsbronnen >Vrijwillige bijdrage

~~Oké, uhm~~ wat zijn kritische succes- en faalfactoren voor Onze Waal, betreffende het benutten van verdienmogelijkheden (en dan eigenlijk vanuit het vrijtijdsgebruik). Uhm hoe bedoel je vanuit het vrijtijdsgebruik? *Vragen jullie iets voor het landschap, of jullie inkomsten verhalen uit het vrijtijdsgebruik.* ~~Maar dat was volgens mij niet het geval.~~ Wat wij graag willen is ~~uhm, dat uhm~~ dat wij steun krijgen van mensen die zich vrienden van Stichting Onze Waal gaan noemen. En dat wij ook van gemeentes wat geld toe krijgen om onze kleine organisatie in leven te houden. Wij doen het nu allemaal op vrijwillige basis. We hebben 1 jaar geld gekregen van de provincie. Maar nu zeggen ze dat we op eigen benen moeten staan. Dit vind ik een grote fout. Ze willen zelf een beleving toevoegen aan het landschap. Het eerste jaar krijg je een bedrag en tweede jaar eigen benen. Maar dit gaat veel te

snel. Je moet ergens je geld vandaan halen. Ik vind dit niet chique van de overheid dat ze vragen je moet het samen met burgers doen, ze moeten maar zelf zien hoe ze aan de middelen komen. Vrijwilligers stoppen er heel veel uren in. Vind dit wel een beetje moeizaam als je het mij vraagt.

5.12 Financiën >Toekomstige financieringsbronnen

Hoe zien de financieringsbronnen eruit in de toekomst voor jullie? Ik denk dat er hoe dan ook een bijdrage van de provincie bij moet blijven. Maar de provincie wil dit niet dus, dit is een dilemma. Ze denken dat het vanzelfsprekend is dat vrijwilligers zich uren en dagen voor inzetten en dat de provincie alleen maar zegt doe je best. Wat doe je dan zelf. Dat wil wel is lastig zijn om daar over uit te komen. Ik ben van nature een super optimist maar zo nu en dan denk ik het is toch wel lastig om dat geld allemaal bij elkaar te krijgen.

5.13 Financiën >Kosten

Wat zijn jullie grootste kosten? ~~Uhm organiseren dat al die bomen gepland worden en aangeschaft worden. Je moet hem kopen transporteren in de grond zetten. Als je er 5 van die grote gerechtsbomen wil neerzetten die moeten ergens vandaan komen. Ja. We hebben ook bijzondere bomen met een verhaal Maar die zijn wel 6 meter hoog die moeten duur getransporteerd worden, in de grond gezet worden, dat kost je 1000den euro's. Dat moet je ergens vandaan halen. En als wij Michel Flooren inhuren, dat doen wij heel graag. Die doet dat niet voor niks, die moet ook de kost verdienen. Als we een stage willen laten uitvoeren moeten we ook betalen, moeten we ook een mooi rapportje maken. En dat kost je al gauw 2000 euro. En onze website daar betalen we ook voor en moet bij worden gehouden, kost je sowieso tarieven voor abonnementen. Mooie foto's noem het maar op. Als je impact wil hebben, als je mooie dingen wil maken heb je geld nodig. En ook de marketing van de website, doen jullie nog aan meer marketing om het landschap in de markt te zetten?~~ ~~Ja uhm we maken foldertjes om te laten zien wat we doen. Maar marketing richten we ons nog niet op. Want we zeggen eigenlijk dat we onze projecten wel communiceren maar we zijn geen marketing bureau voor ondernemers, dat moeten ze zelf doen. Wij faciliteren meer.~~

5.14 Potentiële financieringsbronnen >Naamsbekendheid

Jullie hebben al wel een grote naamsbekendheid maar dat komt denk ik door de projecten die lopen? Ja uhm we doen grote projecten, als je kleine projecten doet, we hebben drie krachtige thema's en daar proberen we het mee, en daar zien wij wat in en daar hebben we best goed over nagedacht wat zijn de aansprekende thema's. En dat is ook 1 van de kenmerken van marketing dat die altijd over de kern moeten gaan de rest komt er wel bij. Niet te veel boodschappen maken. Als je zegt we hebben een uniek landschap, en we hebben een cultuurhistorie waar je u tegen zegt en we willen ons toespelen op duurzaam toerisme. En als je daar een taal op ontwikkeld met mooie foto's dan bouw je dat uit en dat is wat wij willen.

5.15 Relaties >(Klant)relaties

En uhm op welke manier staat Onze Waal in contact met de doelgroep waar jullie werkzaam mee zijn. Dat is dus de vierde community on practice, en ook door bijeenkomsten, en netwerkbijeenkomsten met de achterban één keer per jaar. Maar ook doordat we bij evenementen aanwezig zijn. We spreken gewoon af we zijn met zijn 5ven van jij gaat daarheen jij daarheen. Zodat we in elk dorp waar wat te doen is ons gezicht te laten zien. Zodat we overal kennis van krijgen.

5.15 Potentiële financieringsbronnen > Waterschap

Jullie hebben ook met de Waal rivier te maken, ik hoorde van een vorig interview dat er een kans ligt bij waterschap. Wat voor concepten doen jullie met water? Nou ~~uhm~~ wij zijn ook vertegenwoordiger in de Speedo-groep Onze Waal, en uhm dan zijn we betrokken met wat er allemaal met water en veiligheid ontwikkeld word. Dan zetten we ons in voor rivierwater en hoe we vanaf de rivier het landschap kunnen bewonderen, dat zijn niet dingen waar we ons direct mee bemoeien, dat zijn meer projecten die op plaatselijk niveau worden uitgevoerd, steigertjes waar je met je boot kan aanvaren. Wat we wel kunnen doen is, we hebben zicht op wat allemaal gebeurd.

5.16 Relaties > Verbinden van partijen

Doordat we die community en practices organiseren en iedereen verteld waar hij of zij mee bezig is. En als je dan ergens met steigertjes dan gaat liggen en iets maken en dan komt dat ook ten horen in de Rijn of tegen Gorkum aan, en dat kun je communiceren en wij willen die verbindende rol spelen. Zo over alles wat er bij De Waal gebeurt en daar hoort watertoerisme ook bij. Het is in De Waal wel erg druk met scheepvaart, dus je kunt niet enorm veel toerisme organiseren.

5.17 Financiën > Toekomstige financieringsbronnen

Hoe denkt u dat het bedrijfsmodel er in de toekomst uit zal zien? En dan ~~uhm~~ dan zal je dus voor projectgeld bij gemeentes kunnen gaan. Of door plaatselijke groepen laten oppakken. Maar toch een bijdrage vragen aan de gemeente voor de drie thema's. En daar zijn we de eerst komende jaren gewoon hartstikke druk mee. Over 10 jaar hebben we hopelijk echt iets laten zien.

~~Mijn vrouw roept mij, momentje. Onderbreking bij respondent~~ *Dit is een interview....geruis... * ~~Mijn vrouw is ... hoe lang hebben we nog?~~

~~Uhm nog 1 vraag eigenlijk. Oké, dan zal ik dat even doorgeven, ze zegt dat het eten klaar is. Oké stel je laatste vraag.~~

~~Hebt u aanbevelingen of tips voor stichting kostbaar Salland op het gebied van financieringsbronnen of samenwerkingen?~~ Nou ik heb zitten kijken naar de stichting. Mijn belangrijkste tip is eigenlijk. Dat het geld nooit voorop moet staan maar dat de inhoud voorop moet staan. Als geld je drijfveer wordt gaat het altijd fout. Dat is eigenlijk mijn belangrijkste tip.

~~Oké. Bedankt voor het interview, Als u geïnteresseerd ben kan ik het verslag naar u toesturen op het eind?~~ Vind ik zeer interessant. Ik vind Stichting Kostbaar Salland zeer interessant want Salland is echt een mooi gebied waar je van de natuur kan genieten. Mijn vrouw komt er vandaan. Ik kom er al vanaf 1972, dus ik ken Salland heel goed. Kom er regelmatig bij iemand op bezoek. Het is een hele mooie streek. Dus ik zal ook nog wel is met iemand van Stichting Kostbaar Salland wil spreken maar dat laat ik een beetje van hun afhangen. Oké, ik zal het doorgeven! Oké ja!

~~Oké. Bedankt voor het interview. Graag gedaan. Dag.~~

Interview 6 Gecodeerd

Interviewtranscript: Lindsay Ehringfeld

Interview met: Dhr. Tjabringa

Functie: betaalde kracht voor stichting SPLIJ

Interview door: Lindsay Ehringfeld

Locatie: Saxion Deventer

Datum: 29 april 2016

Schuin gedrukt: Interviewer

Dik gedrukt: Dhr. Tjabringa

~~Vind u het goed als ik het gesprek opneem?~~ **Ja, prima hoor, ja geen enkel punt.** ~~Ja, oké.~~

~~Heb je les van Michiel Flooren ook?~~ **Ja, dat klopt, ja dat is mijn examiner, ja** ~~Oh prima.~~

~~U bent bekend met Stichting Kostbaar Salland?~~ **Ja ken ik goed, ja.**

6.1 Algemeen > Functie

~~Oké, uhm~~ ik wil graag beginnen met wat is uw functie binnen de stichting eigenlijk? Want het is een soortgelijke stichting als Stichting Kostbaar Salland. ~~Uhm, nu gaat even mijn mobiel ja.~~ Voor de Stichting particuliere landschap IJssellandschap dat ik projectuitvoerder ben. En dat projectuitvoeren houdt in dat ik in de brede zin het bestuur ondersteun met alle werkzaamheden die het bestuur moet doen. Dat ik de contacten onderhoud met overheden als het gaat om de financiering. Ja, en dan met name voor het gebied het eerste aanspreekpunt ben als het gaat om de contracten en de vragen die de contractanten hebben. Dus ik heb in het verleden contracten afgesloten en op het moment dat er nieuwe middelen komen dan behoort dit ook tot mijn taak.

6.2 Algemeen > Missie en visie

Ja, en kunt u mij iets vertellen over de missie en visie van stichting SPLIJ. ~~Uhm nou wat we, wat we,~~ het SPLIJ is opgericht op initiatief van gemeente Kampen, Zwolle en Zwartewaterland met als doel om de groen blauwe diensten uit te voeren. Wat we heel erg belangrijk vinden is dat particulieren eigenaren die vaak belangrijke elementen in eigendom hebben dat we die vanuit de maatschappij kunnen ondersteunen met het onderhoud. Want we genieten er met zijn allen samen van, en dan is het ook ~~uhm~~ best wel goed dat we als maatschappij een vergoeding over hebt. dus ~~uhm~~ en we zijn ook van mening dat particuliere eigenaren gewoon heel belangrijk zijn voor het landschap in de IJssel IJsseldelta. ~~Uhm~~ vanuit die achtergrond is de SPLIJ opgericht en zet het bestuur zich in om dat zo goed mogelijk te kunnen doen.

6.3 Algemeen > Doelgroep

En wat doen jullie precies om de eigenaren mee te krijgen om het landschap te onderhouden en om zeg maar iets in te brengen? Want dat is wat u bedoelt toch? ~~Nou, uhm we hebben uhm~~ ik weet niet in hoeverre ik daarvan op de hoogte ben, maar de financiële middelen vanaf 2011 waren die goed ook wel iets eerder. Maar voor SPLIJ in 2011 begonnen. We hebben een aantal jaren we veel geld hebben en hele nette vergoedingen kan geven voor over een periode van 30 jaar. Dus dan is het niet zo moeilijk om particulieren betrokken te krijgen bij het werk wat je doet. Want heel veel mensen die meedoen die zeggen, ja ik onderhoud mijn knotwilgen toch wel. ~~Uhm~~ maar ik vind het leuker dan ik er ook een

vergoeding voor krijg. Dus er zijn weinig mensen die puur meedoen voor het geld, maar zien het geld als een leuk extraatje want die doen het werk toch al.

Ja oké.

6.4 Relaties > (Klant)relaties

We hadden niet veel moeite om mensen te krijgen. Maar meer moeite om contracten af te sluiten. Mensen krijgen jaarlijks hun geld. Dus dan moet je echt wel aanleidingen zoeken dat je even contact met ze zoekt en even vraagt hoe het met ze gaat. We bestaan dit jaar vijf jaar, dus we gaan ook bijeenkomsten organiseren voor alle contractanten om zo die binding ook tot stand te houden en we ze het gevoel geven dat je samenwerkt aan het landschap.

6.5 Algemeen > Vrijwilligers

Ja, oké en jullie bestaan ook uit vrijwilligers? Ja, het bestuur werkt vrijwillig en ik ben de enige betaalde kracht voor een paar uur per week. ~~Oké.~~ Maar verder is het een vrijwilligersclub. Ja. Een beetje hetzelfde als Stichting Kostbaar Salland. ~~Ze hebben de uitvoering dicht ik neergelegd deels bij landschap Overijssel?~~

6.6 Algemeen > Doelgroep

En wat is eigenlijk jullie belangrijkste doelgroep? Dan denk ik dat je de particulieren bedoelt. Uhm, ja ik denk dat wij voor merendeel particulieren hebben en iets minder mate boeren. dat heeft ook te maken met dat wij veel boeren hebben die in het open landschap zitten. Dus dat je wat minder aanbod hebt aan landschapselementen. Maar ik weet niet zo uit mijn hoofd, maar ik denk dat ongeveer 60 % particulier is en 40 % boer, misschien 75 % particulier en 25 % boer, om en nabij die aantallen.

6.7 Algemeen > Waardepropositie

~~oké en uhm~~ *en wat is de waardepropositie van het bedrijf? Waarom is het belangrijk dat jullie bestaan? Want er zijn natuurlijk heel veel organisaties van het landschap?* ~~Waarom is het belangrijk dat wij bestaan?~~ Ja, dat is een goede! Uhm nou ik denk dat wat wij terug horen vanuit het veld is dat contractanten en dan gaat het voornamelijk om de agrariërs want die vinden het heel plezierig dat er een lokale stichting is. Die deze regeling uitvoert. Een stichting waar mensen gewoon werken die je kunt bellen. Die langskomen, he als mensen vragen hebben en ik moet even langskomen dan rijd ik er makkelijk even heen. Dat in tegenstelling tot grotere nationale regelingen waarbij de boer soms een jaar op zijn geld moet wachten en waarvoor, waarbij ze de indruk hebben dat ze meer tegen een molen aan het praten zijn dan tegen mensen. *Dus de persoonlijke contacten.* Vanuit het gebied hoor je vaak: 'Het is een prettige club dat goed is met overboeken van middelen', je kunt makkelijk contact krijgen en het feit dat we lokaal zijn maakt ons bekend in de streek. Dus we zijn niet een club die vanuit provincie aangestuurd wordt. Dat is voor een eigen stichting met bestuursleden die ook in de IJsseldelta wonen en ik denk dat dat ons wel een meerwaarde geeft ten opzichte van anderen die er op zich wel wat boven zweven.

6.8 Relaties > Stakeholders

En uhm met welke stakeholders heeft de stichting te maken? Welke samenwerkingen zijn er bijvoorbeeld? Nou we hebben uiteraard te maken met onze fondsverstrekker, dat zijn de drie

gemeenten en de provincie. Die vier als het gaat om specifieke groen en blauwe diensten. Wij doen ook aan langjarige weidevogel beheer contracten. Dan hebben we ook te maken ook provincie in dit geval vanuit Wijhe en Kampen en waterschap. Dus dat zijn onze partijen die het fonds vullen waarmee je contracten kan afsluiten. ~~Ja. En uhm~~ in de uitvoering hebben wij veel te maken met agrarische natuurvereniging Kamperland die ons enerzijds ondersteunen met het afsluiten van contracten en ook bij de uitvoering van aanleg en herstel werkzaamheden. Wat zij ook doen voor ons is de tweede punt is de monitoring van de weidevogels voor ons. Contracten die wij hebben afgesloten voor weidevogels. Dat doet dan de agrarische natuurvereniging de jaarlijkse tellingen om te kijken of de inzet loont en of je meer weidebos krijgt. ~~Oké.~~ Dat zijn de belangrijkste partijen en recentelijk nog is de SPLIJ lid geworden van gebiedscoöperatie IJsseldelta en daar zitten inmiddels 24 gebiedspartijen in de hoop dat we daarmee samen naar projecten kunnen stappen op het gebied van natuur en landschap.

6.9 Relaties > Samenwerking

~~Oké, duidelijk heeft u ervaring met de stichting betreft vrijetijdsgebruikers die betalen voor landschap? Deze vraag stel ik omdat Stichting Kostbaar Salland is op zoek naar nieuwe financieringsbronnen en zouden graag bij de vrijetijdsgebruiker proberen te vinden. Vaak met een omweg omdat het eigenlijk landschap wordt als vanzelfsprekend gezien. Misschien heeft uw organisatie ervaringen met vrijetijdsgebruikers die betalen voor het landschap.~~ Nou, eigenlijk niet dat zal ik heel eerlijk zeggen. Wij worden nu gefinancierd 100 % vanuit de overheden. Dus ~~uhm~~ dat is 1. En 2 we zijn als SPLIJ ook niet zozeer, of niet zozeer actief op zoek naar bronnen van inkomsten met name uit de samenleving, maar wat wel interessant is dat wat ik eerder noemde is dat wij zijn aangehaakt bij gebiedscoöperatie IJsseldelta en die is daar wel veel nadrukkelijker mee bezig om te kijken hoe je, nou ja je financiering voor je investering voor je landschap op peil kunt houden met verdienmodellen. ~~hm.~~ Daar ben ik ook heel nauw bij betrokken want ik werk ook voor de gebiedscoöperatie.

6.10 Potentiële financieringsbronnen > Agrariërs

~~Oké, en ziet u daar ook succes- en faalfactoren? Dus bijvoorbeeld wat is succesvol om als je bij de vrijetijdsgebruikers uhm eigenlijk een inkomstenbron wil ontdekken. Ziet u daar ook kansen, of loopt u tegen problemen aan?~~ Nou we zijn met twee dingen bezig, dat is ~~uhm~~ iets wat verder van de vrije tijd afstaat; de agrarische sector waar we verdienmodellen aan het ontwikkelen zijn. Waarbij we heel nadrukkelijk stellen op het moment dat wij een project kunnen starten waarbij je als agrariërs financieel beter van wordt dan vragen wij een gedeelte van dat rendement terug voor in het gebiedfonds coöperatie om daarmee projecten te kunnen ondersteunen op het gebied van recreatie natuur en landschap. Om daarmee het landschap intact te houden en daarmee de kwaliteit kunnen borgen. Dat is iets waar wij heel druk mee bezig zijn en de resultaten zijn nog niet zodanig dat je zegt dat het gaat lukken, maar wij hebben nu wel een groot profijt boeren die aangehaakt zijn ook in de projecten en daar deels voor betalen.

6.11 Algemeen > Ondernemers

Een tweede wat wij hebben gedaan en wat nu wel loopt is de website IJsseldelta.nl die wij hebben ontwikkeld. Daar zijn nu 41 toeristische ondernemers aangesloten die allen een eigen portaal op de site hebben. Zij betalen jaarlijks ook om op die site te staan en we hopen dat als je heel veel ondernemers daar op hebt dat je daar ook wat geld aan over houdt om te kunnen investeren in je landschap, maar dan zeg ik er tegelijkertijd ook bij dat zijn wel totaal andere bedragen als waar je het over hebt binnen Stichting Kostbaar Salland en de SPLIJ als het gaat om onderhoud middels contracten. ~~Uhm,~~ dus ik moet wel eerlijk zeggen dat dit wel een heel moeilijk vraagstuk is en ook waarbij je ook

moet kijken of je de burgers zover krijgt om die knop in het hoofd om te zetten dat zij betalen voor hetgeen wat zij vanaf de fiets zien.

6.12 Algemeen >Ondernemers

Ja, en in eerder gesprek met landschap Overijssel kwam eigenlijk uit dat je niet uhm aan de toerist geld zou moeten vragen, maar eigenlijk aan de ondernemers in het gebied. Want als je die mee krijgt in het behoud van het landschap en dan ook echt de uitleg geeft wat het belang is en voor het imago natuurlijk dan heb je een veel betere doelgroep? Bent u het daar mee eens? Daar ben ik het wel mee eens ja. Dat is ook wat wij doen met die website in de IJsseldelta. Dat we ons met name richten op de toeristisch recreatieve ondernemers. ~~Ja-okeé~~. Dat zij gaan bijdragen voor het behoud van landschap en dat zij vervolgens ook dan als vanzelf ook de plicht hebben om dat verhaal door te geven aan hun klanten. Het is ook veel makkelijker dat een toeristische ondernemer dat verhaal doet naar een klant dan de SPLIJ of Stichting Kostbaar Salland. Dus ik denk dat het richten op de toeristische ondernemers, dat het meer kans van slagen heeft dan dat je meer individueel op de bewoners of toerist richt.

6.13 Potentiële financieringsbronnen >Landschapsbeleving

Ja, en een andere mogelijkheid zou zijn dat je een landschapsbeleving creëert in het landschap. Te denken aan rondleidingen, door een boer of dat soort nieuwe dingen. Ziet u daar ook iets in? Kan daar ook een financieringsbron uit komen? Ik zie daar wel iets in in de zin dat je mensen betreft bij het landschap. Dat je de boer daar ook een andere rol in geeft. De boer is veel meer dan alleen het produceren van melk, aardappelen of wat dan ook. Die heeft een hele belangrijke taak in het landschap zelf. Qua onderhoud, maar ook in het uitdragen van het verhaal. Dus ik denk, voor een hele kleine doelgroep goed kan zijn, maar als je het hebt over financieel en qua rendement is het zeer machinaal. ~~Beperkt idd.~~ Mensen zijn best bereid om te betalen voor een excursie, maar als je dat afzet tegen de inzet die de agrariërs moet plegen, tegen de inzet die je moet plegen om überhaupt je evenement bekend te krijgen. Dat mensen zich kunnen inschrijven. Die kosten baten kan je tegen elkaar wegschrijven en daar houd je weinig tot niks aan over om dat te herinvesteren in je landschap. Dus het is heel goed, maar financieel is nou ja je inleg dermate hoog dat het bijna niet opweegt tegen de inkomsten.

6.14 Potentiële financieringsbronnen >Vrijwillige bijdrage

*Nee precies, en zoals vrijwillige bijdrages, vragen jullie daar ook na? Of zijn jullie daar nog niet mee bezig? Nee, we hebben de luxe gehad dat we in de regeling zelf die we tot nu toe hadden dat we het niet hoefden te doen. Dus we konden 100 % financieren. We hebben bij twee a drie projecten daar een uitzondering op gemaakt dat mensen wel een eigen bijdrage moesten doen en daar wordt ook niet zo moeilijk over gedaan. Dat hangt natuurlijk ervan af hoeveel je zelf mee neemt. Een bedrag duizend of tien willen mensen zelf wel instoppen als daar een mooi bedrag tegenover staat. Een eigen bijdrage vind ik en zou ik ook best wel goed vinden en ik weet ook wel dat ze er voor openstaan. *Oké, en bij welke projecten hadden jullie een soort van eigen bijdrage gevraagd?* Nou, we hebben op een landgoed. We hebben nou een plas uitgebaggerd. En daar zat qua ecologie een hele dure kostpost aan vanwege de modderkruiper. Het wat gezegd we willen hier wel mee verder gaan maar het is een dermate dure opdracht of klus dat we toch een eigen bijdrage vragen en dat was ook verder prima. En uit mijn hoofd nog één of twee dingen, maar die heb ik nu even niet scherp. Maar op het landgoed ging dat vrij makkelijk.*

6.15 Financiën >Toekomstige financieringsbronnen

~~Oke~~, ja en hoe ziet u eigenlijk de financieringsbronnen in de toekomst voor de stichting? ~~Uhm~~ nou ~~uhm~~ één van de financieringsbronnen is heel slim met je huidige centen in het fonds omgaan. Dus je financieringsvraagstuk moet je ontzettend goed en slim op orde hebben om zo met de rente inkomsten weer nieuwe dingen te kunnen doen. En daarnaast want dat is nog een stap die de stichting moet gaan zetten om nieuwe middelen te genereren, maar niet bij overheden maar bij private partijen als zijnde hele grote bedrijven die wellicht bereidt zijn om te sponsoren of andere fondsen zeg maar bereidt zijn om projecten te sponsoren of geld ergens in willen stoppen. Maar het zit hem wel in uhm de korte klappen. Dus niet ~~uhm~~ hoe moet je dat zeggen hele complexe projecten opstarten waarbij je heel veel inzet moet plegen en waarbij je heel veel mensen nodig hebt om het tot een succes te maken. Het is gewoon moeilijk.

6.16 Potentiële financieringsbronnen >Waterschap

Ja, en uit een gesprek, een ander interview, kwam er uit dat stichtingen ook wel een financieringsbron kunnen vinden als je gaat samenwerken met waterschap. Zijn jullie daar al mee bezig? ~~Toevallig?~~ Het enige dat wij met het waterschap is een groot weidevogel contract en moesten compenseren voor de aanleg van een nevengeul Bij Schelle Oldeneel, ten westen van Zwolle , maar dan zit je een beetje in de rol van het waterschap als opdrachtgever en de SPLIJ als opdrachtnemer. Maar goed dat heeft uit mijn hoofd wel een 200.000 euro opgeleverd wat je langjarig kan inzetten voor weidevogel beheer. ~~Dus dat is uhm best wel, dat was best wel een kans.~~ Dat is zeker een kans, maar dan word je als stichting ook. ~~Uitvoerend of.~~ Dan word je een uitvoerende opdrachtnemer in feite. Anders dan dat je vanuit de provincie een zakje met geld gehad hebt en dat mag je zeg maar uitdelen. Nu was het meer, nou ja we krijgen een opdracht vanuit het waterschap om voor hen iets in te vullen en dan worden we vervolgens beloond voor wat we vervolgens kunnen doorzetten naar de agrariërs die dat weidevogel beheer doen. Maar dat uitvoerende was voor de stichting geen probleem verder? Nee, dat kon ik doen dus dat was geen enkel punt Haha. Had ik weer een mooie opdracht te doen.

6.17 Financiën >Kosten

Waar zitten eigenlijk de grootste kosten voor jullie? ~~Uhm. Nou om eerlijk te zijn~~ als je naar de begroting kijkt op jaarbasis dan zit de grootste kostenpost misschien wel in mankracht. Kijk er is een vrijwillig bestuur die kan je inzetten om de organisatie op orde te houden, maar wil je verder en wil je projecten ontwikkelen, nieuwe netwerken aanboren wil je fondsenwerving dan heb je als vrijwillig bestuur wel iemand bij nodig die daar hen in ondersteund. Die kunnen dat helaas niet voor niks doen. En ~~uh-uhm~~ dus je grootste kostenpost zit hem qua organisatie in mankracht, uren. Ja, oké dus jullie werken ook gewoon samen met mensen die iets betaald willen en kunnen doen? Ja, Ja het bestuur kan een prachtig voorstel maken en aan mij vragen van goh wil je dit jaar een miljoen aan fondsen binnenhalen, maar dat vraagt inzet van mijn kant dus uren. Ja precies! En dus gelden, dat het is lastig dat je. Ik ben voor de SPLIJ beschikbaar voor een minimum aantal uren om werk te kunnen bieden om de winkel draaiende te houden, maar om echt nieuwe projecten te ontwikkelen dat staat wel eens onder ~~uhm~~ onder ~~uhm~~ onder ~~uhm~~ druk.

6.18 Algemeen >Doelgroep

~~Ja inderdaad, en uhm even kijken wanneer het gaat om landschapsbeheer zijn de taken vooral voor de particulieren toch?~~ Ja, ja de particulieren zijn verantwoordelijk voor het onderhoud. Of ze dat zelf doen of dat ze dat uitbesteden, dat mogen ze zelf weten maar zij krijgen een jaarlijks bedrag op de rekening en moeten daarvoor het onderhoud uitvoeren. Dus puur voor contractbeheer is het niet heel veel werk dat je jaarlijks geld moet overboeken. Dat je even in het oog houdt of de jaarlijkse steekproef goed uitgevoerd wordt. ~~Oké ja.~~ En wat je als taak krijgt en hebt op het moment dat iemand overlijdt, dan moet het contract overgedragen worden of je moet elders een nieuw contract afsluiten. Zo zit er wel weer iets werk aan, maar puur het contractbeheer daar zit niet de grootste hap aan werk in.

6.19 Relaties >(Klant)relaties

~~En uhm jullie zoeken bijvoorbeeld niet uhm particulieren maar jullie doen ook wel aan andere projecten denk ik om de natuur in stand te houden?~~ Uhm ja wat we afgelopen jaar gedaan hebben is dat we alle contractanten met een hoogstaand boomgaard een uilenkas gegeven om daarmee ook als SPLIJ een aanleiding te hebben om in contact te komen met de contractanten en laten zien dat je meer doet dan alleen geld overmaken maar ook wil bijdragen aan de biodiversiteit. Dus dat was een heel klein projectje dat we gedraaid hebben met een zorgboerderij in de IJsseldelta die 25 uilenkasten gemaakt heeft. Maar verder buiten de groen blauwe dienst regelingen om en bij de weidevogelcontracten hebben we geen parallel en grote opdrachten en projecten meer lopen. Maar dat is ook een vraag voor de SPLIJ zelf. We bestaan dit jaar vijf jaar en dit wordt ook wel een vraag van wat gaan we de komende vijf jaar doen. Worden we een stichting die nauwkeurig de contracten gaan beheren, of worden we een stichting die nieuwe projecten gaan ontwikkelen en doen we dat samen met andere partijen en hoe komen we dan aan geld. Dat is wel een vraag die dit jaar op ons bordje ligt.

6.20 Financiën >Toekomstige financieringsbronnen

Als ik dan een vraag stel hoe denkt u dat het bedrijfsmodel er in de toekomst uit zal zien dan denk ik eigenlijk dat het met de overheid wordt gefinancierd? Op dit moment zijn we volledig afhankelijk van de overheid, dat klopt en op dit moment is het ook zo dat we een taak hebben voor een jaar of 30 omdat we die middelen vast hebben staan en 30 jaar uitkeren. En als wij ervoor kiezen, dat kan een keuze zijn dat we als SPLIJ zeggen we willen een beheerstichting blijven dan ben je na 30 jaar uitgewerkt met zijn allen. Dat is een ambitie die kan, maar ik hoop dat het bestuur kiest voor een grotere ambitie en zeggen: 'nou we willen ook wel aan de slag blijven in de IJsseldelta en samen met andere partijen ook nieuwe projecten te ontwikkelen'.

6.21 Potentiële financieringsbronnen >Biomassa

~~En ik heb eigenlijk nog een laatste vraag. Wat zijn mogelijkheden en aanbevelingen voor Stichting Kostbaar Salland op het gebied van financieringsbronnen of samenwerkingen? Heeft u tips? Waar u toevallig mee bezig bent of?~~ Nou ik denk dat je in Salland meer aan biomassa zou kunnen doen. ~~Met de biomassa, ja he!~~ Met de biomassa hebben we dat zelf voor de IJsseldelta al eens doorberekend, maar we kunnen niet aan genoeg houtachtig materiaal komen om daar een goed verdienmodel op los te laten, dus ik denk dat Salland dat wellicht wel kan. Uhm, en verder ik weet niet zo goed hoe de structuur er in Salland uit ziet of daar ook een overkoepelende organisatie of gebiedscoöperatie is waar ze mee kunnen samenwerken. ~~Ja, dat doen ze momenteel ook al ja.~~

6.22 Potentiële financieringsbronnen > Rente-inkomsten

Oké, ja en wat je zou kunnen doen is rente-inkomsten die vrijvallen als cofinanciering inzetten om externe middelen binnenhalen. ~~Bedoeld u daarmee streekfondsen of heb ik het verkeerd begrepen?~~ Nee, ~~streekfondsen is weer iets anders. Daar kunnen particulieren geld op zetten en ontvangen daar rente voor.~~ Wat je vaak bij fondsen en subsidiepotjes ziet is dat je cofinanciering moet hebben. Dus je moet als partij die een bepaald projectvoorstel inziet en die vragen je zegt maar geld aan dan zegt de provincie of de gemeente of wie dan ook ja wij willen wel zoveel procent geven, maar dan moet je er zelf geld bij doen. Je zou als Stichting Kostbaar Salland, maar dat geldt ook voor de SPLIJ kunnen we jaarlijks geld beschikbaar stellen als cofinanciering voor projecten. Waarmee je toch weer wat makkelijker nieuwe geld binnen haalt. Dat zou misschien wel een optie zijn, ~~maar ik weet niet hoe de boekhouding bij Kostbaar Salland eruit ziet. Nee, dat is zo.~~ Maar verder vind ik het wel moeilijk. ~~Ja klopt.~~ Dat zal ik eerlijk zeggen. Wij zitten als SPLIJ ook met die vraag van hoe we gaan met de toekomst verder en ik weet dat Kostbaar Salland daar ook over aan het denken is.

6.23 Potentiële financieringsbronnen > Landschapsbeleving

~~En heeft u verder nog vragen aan mij?~~ Nou ik ben benieuwd wie je gesproken hebt en wat tot nu toe jouw beeldvorming is. ~~Ik ben wel net zo nieuwsgierig naar de antwoordvragen als dat jij bent.~~ Ja, ik heb nog niet iedereen gesproken voor mijn interviews, maar ik heb met Landschap Overijssel gesproken. Daar kwam uit dat je de vrijetijdsgebruiker eigenlijk beter met een omweg kan aanspreken en anders word je als stichting ook al snel uitvoerder. ~~Op het water is ook nog wel wat te vinden en dat ik misschien moet gaan kijken naar het vrijwillige bestuur. Misschien kunnen ze ook gaan samenwerken inderdaad en dat alles niet per se vrijwillig wordt gedaan, maar dat moet ik nog helemaal uitzoeken hoe dan precies. Dat waren een aantal tips. Ja.~~ En hoe ik er zelf tegen aan kijk. Het gaat echt om het landschap, dus het lijkt mij niet echt dat we entree of iets moeten gaan vragen, behalve als er echt een beleving kan worden toegevoegd en dat is ook wel lastig want het bestaat al heel lang op deze manier. Ja. Ja, dat klopt ook wel, want dat zie je ook met de verantwoordelijkheden. Want iedereen is er aan gewend dat je vrij in het landschap mag lopen. Op het moment dat je daarvoor letterlijk moet betalen, wat natuurlijk indirect wel doen want dat gaat natuurlijk via belastinggeld. Maar als je zichtbaar voor betalen moet dat zal voor veel mensen wel vreemd zijn. Want je kunt nu overal lopen en kijken, maar als dat niet meer kan dan wordt het lastiger. ~~Ja.~~ Dan kan je het inderdaad via een omweg doen via de ondernemers. Ja, je kunt wel kleine dingen veranderen maar dat zal niet zoveel inbrengen, maar misschien wel wat meer naamsbekendheid voor stichtingen waarschijnlijk ook wel wat opleveren. Ja, dat zou ook kunnen mee helpen ja, dat klopt.

~~En uiteindelijk ga ik een advies geven aan Stichting Kostbaar Salland als je geïnteresseerd bent kan ik het verslag ook naar u toesturen. Ja, dat is goed graag. Oké, dan wil ik u graag bedanken voor het interview. Ja, dat is goed prettige dag. Fijne dag verder. Ja oké, fijne dag. Doeg.~~

Interview 7 Gecodeerd

Interviewtranscript: Lindsay Ehringfeld

Interview met: Dhr. Lier

Functie: docent/onderzoeker plattelandsontwikkeling Saxion

Interview door: Lindsay Ehringfeld

Locatie: Saxion Deventer

Datum: 19 mei 2016

Schuin gedrukt: Interviewer

Dik gedrukt: Dhr. Lier

~~Ik zal het gesprek opnemen is dat goed? Ja. Ja, ik ben via Michiel aan uw contactgegevens gekomen. En ik begrijp dat u les geeft in plattelandsontwikkeling. Dat heb ik in ieder geval heel veel gedaan. Doe ik nu niet meer.~~

7.1 Algemeen >Functie

Wat doet u nu nog precies? Nog iets in landschapsontwikkeling of landschapsorganisaties? **Uhm op dit moment zit ik bij een club en die noemt zich Het Natuurhuus. Ja oké.** En die wil de doelstelling van die organisatie om op lokaal duurzaamheid te stimuleren. En het gaat vaak om landelijk gebied.

7.2 Algemeen >Vrijwilligers

oké, en bestaat het uit vrijwilligers of? **Ja, wij hebben onze eigen kern. Wij zijn druk bezig geweest om te onderzoeken hoe willen wij invulling geven aan ons bestaan. Wij willen zoveel mogelijk aansluiting zoeken bij zoveel mogelijk andere organisaties. Er zijn zoveel partijen bezig dus het gaat er meer om partijen met elkaar in contact brengen en bestaande projecten voort te helpen.**

En hoeveel personen werken er precies? **We zijn met zijn vieren. Dus uhm ja. En u bent bekend met Stichting Kostbaar Salland?** **Daar ben ik wel mee bekend. Daar werken jullie nog niet mee samen geloof ik?** **Ja, via het Saxion heb ik wel te maken gehad met Stichting Kostbaar Salland. Ik was ook aanwezig bij de vergaderingen die vooraf gingen aan het ontstaan van de stichting. Dus ik ken het wel. En jullie stichting is al eerder opgestart?** **Van ons is heel vrijblijvend en heel. Stichting Kostbaar Salland is een grotere club en er zitten andere partijen achter en zo. Het gaat om geld en bij ons is het meer vrijwilligers bij elkaar die samen duurzaamheidsinitiatieven wil initiëren. Wij zijn ook gekoppeld aan. Je hebt een stichting Natuurhuus en er is een echtpaar en die hebben samen een Natuurhuus, maximaal Natuurhuus duurzaam huis gebouwd in de buurt van Raalte. Tussen Raalte en Heino. Rondom dat huis doen ze ook van alles en ja. Agnes heeft zo iets met deze kennis die wij hiermee opdoen. Van daaruit is de gedachte kunnen we niet een soort van pactvorm oprichten. Waarmee ook andere mensen kunnen worden betrokken. Die kennis moet je verspreiden.**

7.3 Algemeen >Missie en Visie

De missie en de visie. Wat is precies die insteek hiervan? **Het op lokaal niveau, dus duurzaamheidsinitiatieven op gang brengen, maar ook heel erg de gedachte van dat duurzaam ook leuk kan gaan zijn. Dat het niet ten koste gaat van de kwaliteit van het leven gaat. Dat heel veel mensen ook duurzaam oplossingen gaan vinden. Die zijn heel goed te pruimen.**

7.4 Potentiële financieringsbronnen >MVO

Hebben jullie een soort oplossing die creatief is bedacht of zijn jullie daar nog bezig? Wij hebben een heel huis, een hele manier van leven, het zit zo in elkaar bijna. Het zijn woningen. Om ooit in aanmerking te komen voor subsidie moeten ze ruimte maken. Maar de wijze waarop ze het huize verwarmen met leenmuren. Creëer je warmte dus het werkt gewoon goed. De wijze waarop men kookt. Met stoken van hout ook uhm in ieder geval de wijze van stoken dus oké, maar ook dingen zoals. *Ook Zonnepanelen ofzo?* Die hebben ze ook zonnepanelen, maar ook. Een dak en er groeit van alles op. Maar dan is er een keuze gemaakt om flauwe hellingen te hebben, maar het dak steekt dan een eind over de muur. En het is puur van in de zon heb je dan niet dat de zon naar binnen schijnt. ~~Dan blijft het mooi koel.~~ Dan blijft het mooi koel ja. In de winter kan de zon dan wel naar binnen schijnen. Het is dus simpel en effectief. *En gaan jullie mensen overtuigen om ook zo'n huis te bouwen of laten jullie het zien?* Ja, bij ons kan iedereen altijd terecht. Daar kunnen wij informatie geven over hoe wij alles gedaan hebben. Hoe zij de dingen kunnen veranderen. Dus ook de kleine dingetjes.

7.5 Potentiële financieringsbronnen >MVO

Ja ik zat zelf, want ik heb niet heel veel verstand van duurzaam bouwen, maar in het kader van het initiatief ~~uhm~~ van platform hebben wij ons bezig gehouden met duurzaam voedselproductie. ~~Uhm~~ en er is één of andere, vorig jaar was er één of ander natuurfest in Heeten en die is er jaarlijks en daar hebben wij gevraagd of wij daar aan mee konden doen met onze eigen ~~uhm~~ lokale duurzame voedsel. Wij hebben een keuze gemaakt om soort van waaier te maken van allerlei verschillende vormen van landbouw. Dus van ~~uhm~~ bijna antroposofisch achtig, ~~uhm~~ vorm van landbouw, ook duurzaam en je kunt in de moderne landbouw ook heel erg duurzaam zijn. Je kunt heel grootschalig, modern en toch op een bepaalde manier duurzaam zijn. Modern is een begrip waar je veel kanten mee op kan, maar en al die verschillende vormen die hebben, die hebben wij ook beschreven en zijn stukken van in de krant gekomen enz. Dit met de bedoeling dat het lokaal of regionaal een voorbeeld bij hebben. Wij hebben een stand bemand op die duurzaamheidmarkt om vooral ook die discussie op gang te krijgen op regionaal niveau en ook om te voor te zorgen dat die partijen die soms heel ver van elkaar afstaan bij elkaar komen. Denk aan traditionele landbouw en meer de alternatieve vorm van landbouw om die veel meer bij elkaar te brengen. Om elkaar ook te evalueren en stimuleren en om te kiezen in oplossingen. Via deze weg kunnen ze van elkaar leren. *En gebeurt het ook veel? Duurzaam, dat de boeren ook duurzaam te werk gaan?* Ja wel, daar is nog wel een discussie over of je dan die traditionele landbouw die zich noodzakelijkerwijs zich wel moet houden aan alle regels. Ik bedoel een gewone boer waar die al niet aan moet voldoen om überhaupt te mogen produceren. Je zou ook kunnen zeggen alles wat precies doen volgens die regels dan zijn ze duurzaam bezig volgens de overheid. Ze moeten duurzaam kunnen produceren en dan zeggen de anderen dat is geen duurzaamheid, dat is lang niet ver genoeg. Je moet nog veel verder, maar toch moet je ook wel respect hebben voor het feit dat ~~uhm~~ die regeerder de huidige boer zo gedwongen heeft om allerlei aanpassingen te verrichten om in ieder geval een stuk beter te produceren dan lang geleden. Ik bedoel de efficiency van mest die is echt aanzienlijk toegenomen doordat je nu alleen op het goede moment de mest uitrekt en op een goede manier met geavanceerde technieken en dat voorkomt heel veel verspilling.

7.6 Algemeen >Vrijtijdsgebruikers

Oké, en heeft u ervaringen met vrijetijdsgebruikers die betalen voor het landschap bij een boer? Heeft u een beleving gezien hierin. Want dat is weer op een andere manier voor een boer om geld te verdienen aan de bezoeker. Gebeurt dat bij jullie in de stichting of voornamelijk anders? Meer in een

gebied dan in zijn totaliteit. Je kunt natuurlijk zeggen op het moment dat iemand streekproducten verkoopt. Een leuk winkeltje bij een boerderij dan verkoop je als ware ook wat beleving van het landschap en dan is men daardoor wel bereidt om daarvoor te betalen. Dat komt voor. ~~Ja. En uhm ja,~~ recreëren bij de boer...*Slapen etc.* Ja, daar wil men ook gewoon voor betalen voor de authentieke beleving, of hoe je het ook wil zeggen. Er zijn allerlei verschillende vormen van. Ook de boerencamping en ook dat je kunt kamperen in een bepaalde hut en zo. Dat het heel authentiek is met een vuur, ja gewoon en hoe heet dat ook al weer bij die club daar zit er weer een aparte stichting achter die dat hele authentieke kamperen mogelijk maakt. *Ja, zoals tour de boer op.* ~~Ja goed, en uhm ja~~ dus je hebt natuurlijk even zien of dat bij ons in de buurt ook veel voorkomt. ~~In welke regio ben je werkzaam?~~ ~~Ja, ik zit in Salland te denken. Ja ik werk ook in Salland. In drie gemeenten vooral. Uhm je~~ hebt natuurlijk al die sporten zoals boerengolf en dat je meteen gebruik moet maken van het landschap als ware.

~~En daar geldt voor te vragen is dat voor sommige sporten een drempel? Voor sommige sporten wordt al geld voor gevraagd. Stichting Kostbaar Salland is eigenlijk op zoek naar financieringsbronnen en uhm vaak willen toeristen niet zomaar betalen voor het landschap, dus zal er een beleving moeten worden ontwikkeld. Dus dat zijn voornamelijk van die dingen zoals overnachten, of via een andere partij kijken wat er mogelijk is. Hebben jullie bepaalde samenwerkingen met een stichting of dat niet? Nee, wat dat betreft zijn wij meer een ja luis in de pels. Maar dan meer positief bedoelt meer uhm ja.~~

~~En wat denk je dat nog meer kritistische succes—en faalfactoren zijn van uhm waar moet een organisatie in het landschap op gaan letten als ze verdienmodellen gaan ontwikkelen? Heb je daar enig idee van? Wat echt kan of wel kan? Uhm wat werkt en hoe kan je de ervaring opnemen uit. Ik heb vanuit het Saxion meer ervaringen met vernieuwingen. Ik heb plattelandswerk plaats uhm gehad en gedurende zes jaar hebben wij meer dan 100 projecten gedaan. Vaak ook wel met vormen van geld aan landschap eigenlijk en uhm het is vooral van alles bijgekomen.~~

7.7 Potentiële financieringsbronnen > Agrariërs

Ja, ik ben ook op zoek naar mogelijkheden, maar je valt elke keer weer terug op de bestaande mogelijkheden. Dat is wel echt moeilijk ja. Wat betreft de kritistische succesfactoren. Je moet niet denken, en dat denken heel veel boeren, ja dan gaan we nu de keuze maken om over een andere boeg te gooien. We gaan geen boer meer zijn, maar gaan recreatie doen. Dan gaan we op net zo'n manier bedrijfsvoeren als dat we toen deden. Hetzelfde manier van denken en dan gaan we heel hard werken en dan moet het zelf allemaal goed komen. Zo werkt het dus niet meer. Dus je moet echt iets hebben. Je moet een soort gastheer zijn, je moet iets ontspannens over je hebben, of hoe je het ook wil zien. Maar die ene heeft het wel, maar die ander doet nog zo zijn best, ik heb het zo horen zeggen van die ondernemers die zeggen ik doe nog zo mijn best en werk zo hard het is niet eerlijk en toch vind niet iedereen fantastisch leuk wat ik doe. Dus dat is de manier van doen en denken en die moet echt anders. Het is gewoon iets heel anders. Als je op gasten richt is het heel anders dan dat je op zo'n efficiënt mogelijke wijze voedsel te produceren. Dus dat is een heel groot verschil.

7.8 Potentiële financieringsbronnen > Landschapsbeleving

Ja ik zat ook al te denken aan misschien dat ze bijvoorbeeld bij de VVV of bij zoiets bij wandelroutes

financieringsbronnen kunnen zoeken en om mensen dan te laten betalen voor het landschap. En dan dat ze één euro extra betalen voor Stichting Kostbaar Salland en dat je waarschijnlijk daar moet zoeken in plaats van direct aan de toerist. ~~Uhm~~ ja. Nou ja goed dat je op allerlei momenten dat een soort beleving is bij het landschap dat er dan bijvoorbeeld wandelroutes zijn en dat je bijvoorbeeld in een restaurant iets nuttigs nadat je de hele dag fantastisch gewandeld hebt in het landschap en op dat moment dat je iets extra's doet.

7.9 Potentiële financieringsbronnen > Toeristenbelasting

En dat zou wel kunnen werken? Want vaak moeten ondernemers al toeristenbelasting aan dat soort dingen betalen. Dat soort dingen moeten ze al afstaan en dan hebben ze dan is dat eigenlijk nog meer en dubbelop. Wat zou er voor hun dan zijn. Ik kan mij voorstellen dat je geld binnenhaalt en ik speculeer op dingen die ik niet zeker weet, maar ik kan mij voorstellen dat het ook weer ten koste kan gaan van de fooi. Serieus. *Als je dan op ondernemers moet gaan richten moet je hun wel laten inzien dat het belangrijk is om duurzaam te zijn.* Ik denk dat heel veel ondernemers, als zij dat geld direct moeten doorsluizen en zelf ook niet veel belangen hebben om op dat moment de klant te vragen om weer extra te betalen voor het landschap.

7.10 Potentiële financieringsbronnen > Naamsbekendheid

Dus dan moet je ook wel weer wat terug doen. Dus bijvoorbeeld mensen daar naar toe brengen. Stichting Kostbaar Salland Marketing ofzo. Ja. En echt sponsoring van heel veel recreatieondernemingen die rechtstreeks betrokken zijn bij het landschap een bijdrage willen leveren, maar dat gaat niet bepaald vanzelf. *Dus daar moeten ze eerst worden over ingelicht worden?* In de algemeenheid met sponsoring is het natuurlijk zo dat het op de één of andere manier op de bedrijven moet afstralen zodat die zich ook inzet voor landschap en natuur. *Voor het imago.* Ja, in zijn algemeenheid met sponsoring en daar zal je de laatste tijd mee te maken hebben gehad. Geld met sportevenementen en heel veel sponsors die doen wel wat want ze vinden dat ze het niet kunnen maken dat ze niet iets doen. Dus bang voor diegene die hem vraagt. Maar toch iedereen die komt wel, maar vooruit dan doe ik dat ook wel weer. Er zijn er echt weinig van die echt iets hebben van hé met deze sponsoring kunnen wij een imago omhoog houden en we gaan het uitbuiten en dat we mede verantwoordelijk zijn voor het boerenlandschap en de natuur en we vinden dat de mensen het kunnen zien en dat ze ook naar ons kunnen komen.

En hoe zou je dit dan zien? Dat ze sponsor zijn van Stichting Kostbaar Salland en dat ze bekend worden? Ja, dat is al vaker gezegd. Stichting Kostbaar Salland die zou misschien ook letterlijk meer aanwezig of afbeeldingen zijn aanwezig kunnen zijn bij de recreatieondernemers. Dat het heel nadrukkelijk op het moment dat mensen binnenkomen dat ze kunnen zien wat is het en het samenwerkingsverband zien tussen deze recreatieondernemer en Stichting Kostbaar Salland. Als Kostbaar Salland dat weer in haar uitingen laat weten dan zouden in principe iets kunnen ontstaan.

7.11 Financiën > Huidige financieringsbronnen

~~Ja en hebben jullie,~~ maken jullie gebruik van financieringsbronnen of dat niet? Wij werken in onze eigen tijd vooral en uiteindelijk doet de gemeente, die wil dan ons toch op het laatste moment zo een 750 euro ofzo voor het evenement geven. Dan hebben we geloof ik 750 euro gekregen om reclamemateriaal te maken. Dat soort dingen. ~~Niet echt speciaal iets.~~ Gaan jullie daar na op zoek of dat

ook niet? Dat doen we altijd wel, maar onze laatste bijeenkomst hebben we gezegd van het is best wel lastig om als clubje een platform als Natuurhuus precies die rol te pakken. En ik vond dat zelfde niet hard genoeg op schoot en daar zit dus die Agnes waar ik het over had zit er bij. Er zit nog iemand bij dat is Tulha heet ze, ze is zelf actief op de oorsprong. Dat is richting Heeten een perma cultuur doet ze hele leuke dingen. Heel goed bezig. Laatst wat wij gezegd hebben is van laten we dan gewoon aansluiten op die activiteiten die jullie al van plan zijn te doen en dan direct zorgt dit ervoor dat wij jullie beter uit de voeten kunnen. ~~Dus de hulp aanbieden.~~ Ja, de hulp als het gaat om studenten of schrijven van stukken of weet ik dat. Maar gebruik ons om jullie eigen activiteiten die jullie toch al van plan waren om daar iets mee te doen. Er komt binnenkort één of andere bijenprofessor uit Turkije ofzo. Die komt op bezoek bij Tulha en zij heeft ons uitgenodigd om dan als hij komt er ook bij te zijn zodat we samen kunnen bedenken wat kunnen wij organiseren hier voor Salland zodat die kennis over bijen en alles wat je er mee kunt doen hier probeert te verspreiden.

7.12 Potentiële financieringsbronnen > Naamsbekendheid

oké. En doen jullie ook folders bij de mensen in de bus. Toen met dat evenement wel denk ik? Ja, met dat evenement wel. Toen hadden wij ook een speciale samenwerking met Salland Centraal en daar hebben we geld voor betaald, van die 750 euro, flink deel, zodat we eerst op de site mochten met stukjes van ons en later mochten wij met twee pagina grote rubriek in dat blad Salland Centraal staan. Dit gaat naar 10.000 deur aan deur en zo hebben kennis verspreid ja. *Toen kwamen er wel veel mensen op af?* Uiteindelijk gaan mensen naar de natuurfair en we hadden die duurzaamheidmarkt op de natuurfair en toen was het de hele dag gezellig druk. ~~Oké, ja.~~ En hoeveel mensen zijn er in totaal geweest uhm ongeveer 7 tot 8 duizend. Andere jaren waren er wat meer maar het had heel hard geregend. *Met evenementen gaat het dus ook wel hard met naamsbekendheid.* Nou goed, we zijn nog niet zo'n bekende naam.

7.13 Financiën > Toekomstige financieringsbronnen

En heeft u enig idee hoe de financieringsbronnen voor landschapsorganisaties of stichtingen zoals Kostbaar Salland eruit zal gaan zien in de toekomst? Aangezien de overheid zich gaat terugtrekken moeten ze dan ook voornamelijk verder gaan zoeken? Heeft u daar een tip voor? Nou ja, er is net ook al wat over gezegd verbinden met ondernemers maar dan echt om diepgaande relaties op te bouwen, dus niet meer zo even van of je een keer een paar honderd euro kunt krijgen ofzo. Maar om ze structureel te binden. Ik heb zelf ooit eens te boek als Stichting Kostbaar Salland tien mogelijke financieringsvormen benoemd en wat natuurlijk ook altijd de legaten enz., dat is bekend. Daar waar mensen geld willen nalaten aan terreinbeheer of instanties. Dat is best een belangrijke bron. Over sponsoring hebben wij het gehad. ~~Een beleving opzetten hebben wij het over gehad, bij de boer.~~ Ja, ja ik had er nog één die ik wilde zeggen.

7.14 Potentiële financieringsbronnen > Evenementen

~~Oh ja~~ we hebben natuurlijk ook dat soort met veilingen enz. met landschapsveilingen. Het is een hele creatieve vorm. Het is ook nog een sfeertje Creëer en daar worden allemaal ondernemers voor uitgenodigd en dan worden er allerlei dingen aangeboden. Bijvoorbeeld het onderhoud van een laan en daar kan je voor bieden. ~~Ah, oké en dat werkt.~~ En het werkt en kan hartstikke goed werken. Maar dan moet je een moment en een sfeer te pakken hebben en het kan goed werken. ~~Ja dat moet je goed~~

~~opzetten dan.~~ Je moet goede mensen hebben die dat begeleiden enz. De Triple A club. ~~Uhm~~ ik ben even de naam kwijt moet ik even nadenken. Die hebben dat georganiseerd en dat is in de buurt van Nijmegen en was een groot succes geweest. In Noorderstrand hebben ze het geprobeerd en in Marderboeren weet ik niet meer zoveel van. Als het nieuwe er een beetje vanaf is dan zakt zoiets wel als een pudding in elkaar, maar goed eenmalig is een keer. ~~Het is wel een idee om zoiets te organiseren en het hoeft niet per se over onderhoud te gaan maar kan ook iets anders zijn.~~ Een dienst van het landschap, de natuur kan zijn het mooie uitzicht dus he. En een horizon zonder storende elementen. Nou iemand kon dat kopen zo. Hij moest er dan voor zorgen en kreeg de verantwoordelijkheid om ervoor te zorgen dat daar geen storende elementen in zicht zouden worden gebouwd, maar ik weet ook niet zo goed hoe je dat kunt afdwingen enz. ~~Ah oké ook zo'n duurzaam project.~~ Dat wilde dat bedrijven daarvoor betalen.

~~Dat was eigenlijk wel mijn interview. Oké~~

~~Er zijn wel weer nieuwe dingen bijgekomen. Bedankt. Oké, ja.~~

Fragmenten

1.1 Algemeen >Functie

Ik wil graag beginnen met wat is uw functie binnen het bedrijf en waarom u deze baan heeft? Ik ben senior adviseur landelijk gebied en ik werk hier sinds 2008. Ik werk bij de afdeling landelijk gebied. Heet dat zal ik je heel even kort vertellen over Landschap Overijssel. Hoe en wat. Want wij zijn een club die heeft eigen natuurterrein, in Salland: Poetlerrerveld, met name in Twente vrij veel, Limburg. Waar je nu bent de Horte, en we zijn een club die zich inzet voor landschap buiten natuurterreinen en de groene en blauwe diensten waar Stichting Kostbaar Salland mee bezig is. Ik werk op de afdeling landelijk gebied. Oké. Ik vind het eer om bij een natuur- en landschaporganisatie te werken dus vandaar.

2.1 Algemeen >Functie

Ik wil graag beginnen met wat is uw functie hier binnen de gemeente en hoe lang werkt u hier al? Ja, ik werk hier al sinds 1981. Ik werk hier op dit moment als beleidsadviseur ruimte en programma coördinator, dat wil zeggen dat ik voor de openbare ruimte alle taken doe die met beleid te maken hebben en lange termijn programmering. Dan hebben we het over de hele gemeente Raalte. En hebben we het over bewegen, openbare verlichting, riolering over landschap, over groen en speelplaatsen eigenlijk heel veel van dat soort zaken die bij elkaar komen. Dat doe ik sinds een jaar of 5 en voor die tijd was ik beleidsmedewerker groen en landschap hier in Raalte.

3.1 Algemeen >Functie

Ik heb gelezen dat u ook werkzaam bent voor Salland en bij de gemeente, en ik zou graag iets willen weten wat u precies doet bij de gemeente en bij Kracht van Salland? Bij de gemeente zit ik zelfde als Hennie. En ik ben aangenomen als programmamanager plattelandsontwikkeling. Samen met allerlei partijen, en met collega's. Dat programma dat is gestopt en toen zijn wij begonnen met Kracht Van Salland. Samenwerking was er al met Raalte en Olst-Wijhe en we gaan er mee verder. We hadden al een goede band opgebouwd. We steken er uren in en houden contact met alle partijen. Zo is eigenlijk het programma de Kracht van Salland ontstaan. In de Kracht van Salland zitten, daar kan eigenlijk alles in. In het voorprogramma kan alles, aanleg van groene en blauwe elementen daar zit heel veel in. Het mooie is met name de groep met de groene waterhoek die hebben elkaar gevonden en dat heet dan nu Salland Deal. Die zijn heel hecht en die proberen echt de dingen op elkaar af te stemmen. Waterbouw groen, landschap grondbezit. Daar zit Stichting Kostbaar Salland ook bij. En daar zit ik als gemeentelijk adviseur om subsidies binnen te halen voor projecten van de gemeenten.

4.1 Algemeen >Functie

Ik zou graag willen beginnen met wat is uw functie binnen het bedrijf, binnen landschappen.nl? ~~Ja-uhm,~~ mijn functie is beleidsmedewerker landschap. Seniorbeleidsmedewerker zelfs. Dat betekend dat ik werk voor de provinciale organisaties, landschapsbeheer en provinciale landschapsorganisaties die gezamenlijk een koepel in het leven hebben geroepen dat is landschappen.nl. En die voor hen dus taken verricht op het gebied van beleidsinvloeden, belangenbehartiging en faciliterend werk.

5.1 Algemeen >Functie

Ik zal graag beginnen met de vraag wat uw functie is binnen het bedrijf van Onze Waal. Mijn functie is dat ik voorzitter ben van Stichting Onze Waal.

6.1 Algemeen >Functie

Ik wil graag beginnen met wat is uw functie binnen de stichting eigenlijk? Want het is een soortgelijke stichting als Stichting Kostbaar Salland. Voor de Stichting Particuliere Landschapdiensten IJsseldelta dat ik projectuitvoerder ben. En dat projectuitvoeren houdt in dat ik in de brede zin het bestuur ondersteun met alle werkzaamheden die het bestuur moet doen. Dat ik de contacten onderhoud met overheden als het gaat om de financiering. Ja, en dan vooral voor het gebied het eerste aanspreekpunt ben als het gaat om de contracten en de vragen die de contractanten hebben. Dus ik heb in het verleden contracten afgesloten en op het moment dat er nieuwe middelen komen dan behoort dit ook tot mijn taak.

7.1 Algemeen >Functie

Wat doet u nu nog precies? Nog iets in landschapsontwikkeling of landschapsorganisaties? Op dit moment zit ik bij een club en die noemt zich Het Natuurhuus. *Ja oké.* En die wil de doelstelling van die organisatie om op lokaal duurzaamheid te stimuleren. En het gaat vaak om landelijk gebied.

1.2 Algemeen >Missie en visie

Kunt u mij iets vertellen over de visie, missie van het bedrijf?

Ja, wat wij proberen te doen is we geloven dat natuur en landschap van waarde is voor mens, plant en dieren. Daar zetten wij ons voor in. Een stem laat horen voor natuur en landschap. Wij hebben 3 verschillende manieren, uhm 4. Een hoederol voor bescherming voor ruimtelijke ordening, als gastheer welkom heten, organiseren door middel van een adviseur en we doen heel veel projecten dus meer de uitvoerders kant, maar we geven wel mee dat het van waarde is voor mens, plant en dier. Beschermen is een beetje onze missie.

2.3 Algemeen >Missie en visie

Kunt u mij meer vertellen over de visie missie van de gemeente ten aanzien van waarborgen van landschap? Ja, als je het hebt over het landschap dat ja dan ga je toch weer terug naar het landschapsontwikkelingsplan van 2008. Die zul je waarschijnlijk al ingezien hebben. En in dat landschapsontwikkelingsplan wordt de visie van het landschap weergegeven. En de visie sluit heel erg aan zeg maar de geografie en het ontwikkelen van de kernkwaliteiten van de zeven deelgebieden. Want daar gaat het uiteindelijk om. In Salland zijn er verschillende gebieden gedefinieerd met bepaalde kenmerken. Het ene gebieden is open en het andere gebied is heel erg dicht. En dat is, dat is de visie over het landschap en die visie wordt in zeg maar plannen weer tot uitdrukking gekomen.

3.2 Algemeen >Missie en visie

Kunt u mij iets vertellen over de visie van Kracht van Salland. De visie van de Kracht van Salland is dat we hier in 2025 een vitaal platteland hebben staan waar het goed wonen is, waar het mooi is. *En, dat geven jullie uit handen? Of hoe dat word gedaan.* Ja, dat proberen we wel, ja we hebben als doelgroep de hele samenleving want sommige projecten gebeuren met mensen uit de hele samenleving. Maar heel veel gaan via organisaties zoals Stichting Kostbaar Salland. Dus een specifieke doelgroep hebben we niet eigenlijk, meer de hele samenleving met alles erop en aan. *En de waarde die jullie hebben? De waarde?* Ja, waarvoor zijn jullie eigenlijk nodig. Oké, de waarde is... ja we financieren, bundelen van het

verbinden van mensen dat is wat wij doen. Het aansluiten bij projecten, zoeken van financiering maar ook delen van kennis.

4.2 Algemeen >Missie en visie

Kunt u mij iets vertellen over de visie, missie van landschappen.nl?

De visie van landschappen.nl. Die is gelegen in het versterken van natuurlandschap en met bewoners en met mensen dan zeg ik het even kort door de bocht.

En dan is het natuurlijk de vraag wat is kwaliteit van natuur en landschap en de specifieke uitwerking daarvoor.

5.2 Algemeen >Missie en visie

Wat is de missie en visie van Stichting Onze Waal. Nou wat wij graag willen is de kwaliteiten van het landschap, en het unieke van het landschap dat willen we verbinden met de cultuurhistorie en met duurzaam toerisme. En aan al die drie woorden geven we steeds meer inhoud, en die inhoud geven we samen met mensen die onze achterban zijn, en dat zijn mensen uit steden, dorpen oorden.

6.2 Algemeen >Missie en visie

Ja, en kunt u mij iets vertellen over de missie en visie van stichting SPLIJ. Het SPLIJ is opgericht op initiatief van gemeente Kampen, Zwolle en Zwartewaterland met als doel om de groen blauwe diensten uit te voeren. Wat we heel erg belangrijk vinden is dat particulieren eigenaren die vaak belangrijke elementen in eigendom hebben dat we die vanuit de maatschappij kunnen ondersteunen met het onderhoud. Want we genieten er met zijn allen samen van, en dan is het ook best wel goed dat we als maatschappij een vergoeding over hebt. dus en we zijn ook van mening dat particuliere eigenaren gewoon heel belangrijk zijn voor het landschap in de IJssel IJsseldelta. Vanuit die achtergrond is de SPLIJ opgericht en zet het bestuur zich in om dat zo goed mogelijk te kunnen doen.

7.3 Algemeen >Missie en visie

De missie en de visie. Wat is precies die insteek hiervan? Het op lokaal niveau, dus duurzaamheidsinitiatieven op gang brengen, maar ook heel erg de gedachte van dat duurzaam ook leuk kan gaan zijn. Dat het niet ten koste gaat van de kwaliteit van het leven gaat. Dat heel veel mensen ook duurzaam oplossingen gaan vinden.

1.6 Algemeen >Waardepropositie

Oké, en wat is nou eigenlijk de waardepropositie van het bedrijf. Wat maakt het waardevol dat jullie bestaan voor anderen? Omdat wij ons inzetten voor natuur en landschap. We zijn een maatschappelijk organisatie dus dat is een beetje een andere rol die je hebt. We zetten ons daarvoor in, maar wat wij zeggen dat wij bieden is dat het landschap van zoveel waarde is. We hebben 5 metaforen gebruikt, voor het landschap dat is dat het als een natuurlijk fabriek heel belangrijk is, decor voor wonen en recreëren, klopt weer met jouw verhaal veel. Maar ook een allesreiniger is een woord dat het bijvoorbeeld heel veel co2 vastlegt, een groen medicijn, buitenwereld heel gezond, en dat het thuis plek is. En dat is eigenlijk wat het landschap biedt. En het is waard om te investeren en je best te doen voor het landschap. Dat proberen wij heel erg neer te zetten ook richting andere mensen.

2.6 Algemeen >Waardepropositie

Wat bieden jullie zeg maar aan organisaties aan als Stichting Kostbaar Salland. Een stukje inzicht ofzo?
Ja kijk, wat we naast geld zeg maar dat is natuurlijk het belangrijkste. In die eerste periode een landschapcoördinator voor de drie gemeenten tot 2013 was dat. Heel veel werk in gedaan. En de rol van de landschapcoördinator is opgehouden te bestaan, er was geen geld meer voor. Maar wat we nog wel doen is Stichting Kostbaar Salland ondersteunen met allerlei, ja wat kleinere faciliteiten. Als er bijvoorbeeld een keer moet vergaderd worden in het gemeentehuis/stadhuis bieden wij wat secretariële ondersteuning, of als er een grote mailing of brief verstuurd moet worden dan doen wij dat ook. Daarnaast hebben wij ~~uhm~~ heel veel bij de gemeente inhoudelijke kennis, gebiedskennis die wij inbrengen. En de bestuurlijke contacten natuurlijk.

4.4 Algemeen >Waardepropositie

Wat is precies de waardepropositie van Landschappen.nl? Wat maakt jullie belangrijk om te bestaan?
Wij zijn enerzijds belangrijk om te bestaan vanwege het totale landschap en dat betekend dus niet alleen onze eigen terreinen, maar ook het landschap daar buiten. We komen op voor het landschap, voor de kwaliteit van het landschap en voor de bescherming daarvan. Ook ten opzichte van andere krachten die hier op het landschap ziet gebeuren en dan denk je even aan de landbouw structuur, verbouwingen en dergelijke en dat soort zaken. Ja, dat daar komen wij voor op en dat is onze kern.

5.7 Algemeen >Waardepropositie

En wat is precies de waardepropositie van Onze Waal, wat maakt jullie belangrijk voor het landschap?
Nou kijk wij zeggen dus dat wij iets willen toevoegen aan het landschap, en dat we mensen er van willen laten genieten, en dan kun je zeggen dat veel dat doen, maar eigenlijk wordt er veel te weinig nog gedaan, dus iedereen die een steentje bijdraagt is mooi meegenomen. We willen bescheiden beginnen. Je kunt wel grootschalig bezig gaan. Maar op bescheiden niveau met mensen die het zelfde gevoel hebben bij landschap als wij hebben werkt dit veel beter. En we merken dat als je dat doet dat je steeds meer mensen aan je kunt binden.

6.7 Algemeen >Waardepropositie

Wat is de waardepropositie van het bedrijf? Waarom is het belangrijk dat jullie bestaan? Want er zijn natuurlijk heel veel organisaties van het landschap?
Nou ik denk dat wat wij terug horen vanuit het veld is dat contractanten en dan gaat het voornamelijk om de agrariërs want die vinden het heel plezierig dat er een lokale stichting is. Die deze regeling uitvoert. Een stichting waar mensen gewoon werken die je kunt bellen. Die langskomen, he als mensen vragen hebben en ik moet even langskomen dan rijd ik er makkelijk even heen. Dat in tegenstelling tot grotere nationale regelingen waarbij de boer soms een jaar op zijn geld moet wachten en waarvoor, waarbij ze de indruk hebben dat ze meer tegen een molen aan het praten zijn dan tegen mensen. *Dus de persoonlijke contacten.* Vanuit het gebied hoor je vaak: 'Het is een prettige club dat goed is met overboeken van middelen', je kunt makkelijk contact krijgen en het feit dat we lokaal zijn maakt ons bekend in de streek. Dus we zijn niet een club die vanuit provincie aangestuurd wordt. **Dat is voor een eigen stichting met bestuursleden die ook in de IJsseldelta wonen en ik denk dat dat ons wel een meerwaarde geeft ten opzichte van anderen die er op zich wel wat boven zweven.**

1.5 Algemeen >Doelgroep

ja, en wat is jullie belangrijkste doelgroep? Onze belangrijkste doelgroep qua leeftijd en qua werk. Ja, we hebben het wel ingedeeld in verschillende 'mentality groups' heet dat van Motivaction dat is een bedrijf, moet je even op de website kijken later. Die hebben verschillende doelgroepen. Wij zitten vooral bij de post-materialisten, hedonisten en in die hoek zitten we een beetje. We zitten niet bij de traditionele burgerrijk. Vooral bij de post-materialisten. Maar als je kijkt naar onze vrijwilligers zitten we wel bij het hogere segment. We werken met ouderen we hebben ook wat jongeren, maar we organiseren voor onze doelgroepen op scholen bezoekerscentra ook bijeenkomsten we organiseren breed. We zitten het meeste bij de groep die ik net noemde.

2.4 Algemeen >Doelgroep

Ja, En ~~uhm~~ wat is jullie belangrijkste doelgroep en daarmee bedoel ik organisaties waarmee jullie samenwerken voor het behoud van het landschap. Zoals Stichting Kostbaar Salland daar doen jullie. Ja, daar doen we het nodige mee. Als je kijkt naar de hele periode dan is ~~uhm~~-zeg maar vanaf 2009 Stichting kostbaar Salland belangrijk, maar ook zeker Landschap Overijssel. En de gemeente Deventer, Olst en Wijhe. Daarnaast kennen wij natuurlijk in het ~~uhm~~ landelijk gebied een aantal andere partijen die ook van belang zijn zoals LTO, dat is een organisatie van landbouworganisatie, de agrarische natuurvereniging is een belangrijke. En de landgoedeigenaren OBG zijn belangrijke partners. En met die partners hebben wij ook de afgelopen vijf zes jaar de nodige projecten gedaan. toen die subsidiestromen ophielden in 2013 toen zijn er heel veel van die projecten afgerond en afgesloten. Belangstelling is er nog steeds voor nieuwe projecten. Projecten die voort blijven bestaan dat gaat dan over de groene en blauwe diensten. En daar doen wij heel veel dus ja daar doen wij zaken en de samenwerkingsovereenkomsten met Stichting Kostbaar Salland.

4.3 Algemeen >Doelgroep

Oke, en wat is jullie belangrijkste doelgroep?

Want als je de provinciale organisaties, de landschapsorganisaties provinciaal bedoeld dan zit de doelgroep er veel meer in de lokale burgers en grond eigenaren. En recreanten, gebruikers van de gebieden ook. Voor mij landelijk is de doelgroep veel meer gericht op landelijke partners en politiek Den Haag. Wij richten ons veel meer op die groepen.

5.5 Algemeen >Doelgroep

En wat is jullie belangrijkste doelgroep? Zijn dat dus de mensen van rondjes pondjes? Ja, waar we direct mee werken dat is dus elke gemeente langs de Waal. Er is een groepje vertegenwoordigers die de rondjes pondjes vormen, community on practice noemen we de rondjes pondjes ook wel, en die komen een keer of 4 bij elkaar per jaar. Er zijn ook evenementen 'De Kaai van de Waai', in Nijmegen de Vierdaagse langs de Maas, en op 5 mei het feest van de oranje linten, ik noem er een paar, en dat zijn allemaal organisaties die van de grond zijn gekomen, en daar hebben we het steeds over, kwaliteit aan toevoegen, 3 thema's waar we als Stichting Onze Waal mee bezig zijn, 1 van die thema's is het planten van bomen met betekenis, op plekken waar het oranje rechtshof heeft gestaan, verhalen van die bomen bij vertellen, en dat gebeurt dus met die rondjes pondjes. *Oké, en die thema's vertellen jullie aan de bezoeker?* Ja, die thema's worden ofwel op een app gezet, je kunt ook excursies geven, fiets tocht organiseren, daar word allemaal aan gewerkt, dat noemen ze weer dwaalroutes, dus er is van alles om aandacht voor landschap te vragen. *Oké.* En wat dus ook een onderwerp is voor

cultuurhistorie, in de oorlog is er langs de hele Waal gelopen en gevochten, en dat word ook doormiddel van apps en excursies in de markt gezet. Ja, en tegelijkertijd, en dat is wel, dat is er steeds, het gaat ons niet om het bestaande landschap te laten zien, maar we willen iets toevoegen, omdat we vinden dat het landschap de laatste 40 a 50 jaar het landschap alleen maar is afgebroken, dus we willen overal bomen neerzetten, om het belang te laten inzien.

6.3 Algemeen >Doelgroep

En wat doen jullie precies om de eigenaren mee te krijgen om het landschap te onderhouden en om zeg maar iets in te brengen? Want dat is wat u bedoelt toch? Ik weet niet in hoeverre ik daarvan op de hoogte ben, maar de financiële middelen vanaf 2011 waren die goed ook wel iets eerder. Maar voor SPLIJ in 2011 begonnen. We hebben een aantal jaren we veel geld hebben en hele nette vergoedingen kan geven voor over een periode van 30 jaar. Dus dan is het niet zo moeilijk om particulieren betrokken te krijgen bij het werk wat je doet. Want heel veel mensen die meedoen die zeggen, ja ik onderhoud mijn knotwilgen toch wel. Maar ik vind het leuker dan ik er ook een vergoeding voor krijg. Dus er zijn weinig mensen die puur meedoen voor het geld, maar zien het geld als een leuk extraatje want die doen het werk toch al.

6.6 Algemeen >Doelgroep

En wat is eigenlijk jullie belangrijkste doelgroep? Ik denk dat wij voor merendeel particulieren hebben en iets minder mate boeren. Dat heeft ook te maken met dat wij veel boeren hebben die in het open landschap zitten. Dus dat je wat minder aanbod hebt aan landschapselementen. Maar ik weet niet zo uit mijn hoofd, maar ik denk dat ongeveer 60 % particulier is en 40 % boer, misschien 75 % particulier en 25 % boer, om en nabij die aantallen.

6.18 Algemeen >Doelgroep

Wanneer het gaat om landschapsbeheer zijn de taken vooral voor de particulieren toch? ja de particulieren zijn verantwoordelijk voor het onderhoud. Of ze dat zelf doen of dat ze dat uitbesteden, dat mogen ze zelf weten maar zij krijgen een jaarlijks bedrag op de rekening en moeten daarvoor het onderhoud uitvoeren. Dus puur voor contractbeheer is het niet heel veel werk dat je jaarlijks geld moet overboeken. Dat je even in het oog houdt of de jaarlijkse steekproef goed uitgevoerd wordt. En wat je als taak krijgt en hebt op het moment dat iemand overlijdt, dan moet het contract overgedragen worden of je moet elders een nieuw contract afsluiten. Zo zit er wel weer iets werk aan, maar puur het contractbeheer daar zit niet de grootste hap aan werk in.

1.3 Algemeen >Vrijwilligers

Hebben jullie ook vrijwilligers in dienst. Niet in dienst, maar we hebben heel veel vrijwilligers. We werken met een groep van, als je telt 7000 vrijwilligers. De vrijwilligers zagen in het landschap, ~~Ohja, dat is veel.~~ Kijken met peilbuizen hoe hoog het water is, plantjes tellen, ook mensen die gastheer zijn in onze bezoekerscentra in het landschap. ~~Uhm~~ of gids zijn of bijeenkomsten begeleiden en noem maar op.

4.16 Algemeen >Vrijwilligers

Jullie hebben 75.000 vrijwilligers?

Ik heb zelfs nu al een getal van meer dan 80.000. *Wat doen die precies en hoe staan jullie ook in contact met hun?* Die vrijwilligers die zijn op meerdere fronten actief. Onze klassieke vrijwilligers die eigenlijk aan de basis zitten van het bestaan, met name de landschapsgebiedsorganisaties zijn de wilgenknoppers. Ooit zijn die landschapsgebiedsorganisaties ontstaan in de jaren 70. Toen zijn er her en der in Nederland vrijwilligers ontstaan die tegen de boeren hebben gezegd: 'wij willen jullie ondersteunen met het onderhoud en met name de knotwilgen, houtwallen en dat soort dingen'. Dus dat is onze kernvrijwilliger die zit in dat actieve hakken en knoopbeheer. Dan hebben we vrijwilligers die ook aan onderhoud mee doen in de natuurgebieden, dus niet alleen bij de boeren maar ook in de natuurgebieden mee helpen met beheer en onderhoud. Wij hebben vrijwilligers die niet zozeer met de handen bezig zijn, maar meer met het hoofd om het zo maar te zeggen. Die ook administratief ondersteunen en die meedenken in kleine initiatieven. Er zijn heel veel initiatieven waar vrijwilligers zitten die opgezet worden door spontane groepen her en der in het land. Daar zitten ook heel veel mensen bij die niet direct het actieve uitvoeringswerk doen, maar ook hand en spandiensten verrichten in de organisatie ervan. Wat onze organisaties daar bij doen is die initiatieven ondersteunen en anderzijds het coördineren van de uitvoeringvrijwilliger door bijvoorbeeld te zoeken naar plekken waar geknot kan worden om kort door de bocht te zeggen. Waar boeren behoefte hebben aan vrijwilligersgroepen. En dat geldt ook voor een belangrijke groep die ik even moet noemen is het weidevogelbeheer het coördineren van en monitoren van weidevogels.

4.17 Algemeen >Vrijwilligers

En al die vrijwilligers. Hoe is dat eigenlijk ontstaan? Waren die er al? Eén van de redenen is dat in de jaren 70 die groep is ontstaan omdat ze zich zorgen maakte over het Nederlandse landschap en dit achteruit zagen gaan. Anderzijds vanuit de oorsprong is veel meer de lokale initiatiefgroepen die een klein projectje starten heel erg gericht op hun eigen leefomgeving. Een wandje adopteren en dat als speelweide of als een lokaal boomgaard willen onderhouden. En één van de dingen die we jaarlijks organiseren voor het vrijwilligersbestand op peil blijft en misschien zelfs wel groeit is natuurwerkdag. Ieder jaar eerste zaterdag van september wordt dit georganiseerd.

5.3 Algemeen >Vrijwilligers

Heeft u het dan over vrijwilligers als u zegt achterban? Ja, dat zijn vrijwilligers maar ook toeristische ondernemers, kunstenaars, kleine bedrijfjes, pension, hotelaccommodaties, daar zit van alles bij.

6.5 Algemeen >Vrijwilligers

Ja, oké en jullie bestaan ook uit vrijwilligers? Ja, het bestuur werkt vrijwillig en ik ben de enige betaalde kracht voor een paar uur per week. Maar verder is het een vrijwilligersclub. Ja. Een beetje hetzelfde als Stichting Kostbaar Salland.

7.2 Algemeen >Vrijwilligers

Oké, en bestaat het uit vrijwilligers of? Ja, wij hebben onze eigen kern. Wij zijn druk bezig geweest om te onderzoeken hoe willen wij invulling geven aan ons bestaan. Wij willen zoveel mogelijk aansluiting zoeken bij zoveel mogelijk andere organisaties. Er zijn zoveel partijen bezig dus het gaat er meer om partijen met elkaar in contact brengen en bestaande projecten voort te helpen.

En hoeveel personen werken er precies? We zijn met zijn vieren. *En jullie stichting is al eerder opgestart?* Van ons is heel vrijblijvend en heel. Stichting Kostbaar Salland is een grotere club en er zitten andere partijen achter en zo. Het gaat om geld en bij ons is het meer vrijwilligers bij elkaar die samen duurzaamheidsinitiatieven wil initiëren. Wij zijn ook gekoppeld aan. Je hebt een stichting Natuurhuus en er is een echtpaar en die hebben samen een Natuurhuus, maximaal Natuurhuus duurzaam huis gebouwd in de buurt van Raalte. Tussen Raalte en Heino. Rondom dat huis doen ze ook van alles en ja.

1.4 Algemeen > Vrijtijdsgebruikers

En is er een groei in het toerisme het gebied waar jullie werkzaam zijn?

Het toerisme trekt wel aan, maar het is wel een hoek waar je moet oppassen wat je gaat doen. Je kunt niet zomaar standaard alles op toerisme gaan doen nee. Je moet het wel uniek gaan neerzetten. Dus er is wel een markt. Landschap Overijssel is wel druk bezig zichzelf in de markt te zetten. Overal vakantiehuisjes neerzetten dat werkt ook niet meer. Je moet wel een uniek aspect gaan maken.

1.8 Algemeen > Vrijtijdsgebruikers

~~En-uhm~~ *loop je ergens tegenaan als je kijkt naar ervaringen met vrijtijdsgebruikers en dat ze willen betalen voor landschap of doen jullie dat niet direct?* Nee, we laten ze niet direct betalen voor landschap. We hebben er al eens onderzoek over gedaan naar omdat het ~~uhm~~ het hangt een beetje af hoe je het gaat doen namelijk, dat is heel belangrijk. En als je kijkt naar landschap.

Ja, ik bedoel de succes- en faalfactoren. Ja precies, wat mijn ervaring is dat de langste drempel die je moet hebben is dat ondernemers die een opdracht willen doen voor. Wij kunnen het zelf niet innen want het is een landschap waar je door heen fietst, dus je moet draagvlak creëren bij partijen die contact hebben met de toerist en recreanten. Dat zijn wij niet alleen. Als je naar het landschap kijkt dan is het lastig. In ons eigen natuurterrein hebben we er ook eens naar gekeken wat de mogelijkheden zijn. Dat soort Nationale trust van die parkeerplaatsen waar je een euro, dollar of een pond zo noemen ze het daar, in moet gooien. We hebben al eens verkend in Lemelberg, maar het druist tegen onze principe in dat er een hek omheen komt waar je niet in mag komen. Dus dat is iets wat lastig is. Voor de rest met de recreatieondernemers hebben wij de ervaring van ja we betalen toeristenbelasting dus we hebben geen zin om meer aan te doen. Dus dat is een drempel waar wij heel vaak tegen aan lopen.

2.11 Algemeen > Vrijtijdsgebruikers

Wat zal volgens u een echte kans zijn voor misschien iets wat in Raalte gebeurd voor Stichting Kostbaar Salland om de toeristen en recreanten te krijgen. Dat is een hele lastige vraag want het is ook zo dat heel veel wat eigenlijk Jongsma aangeeft hoe het een zaak is dat vanuit het ondernemerschap moet komen.

2.15 Algemeen > Vrijtijdsgebruikers

Ja, en kunt u vertellen wat de ervaringen van de gemeente is betreft vrijtijdsgebruikers en het betalen voor het landschap? Want dat is wel echt toerisme wil liever niet betalen voor het gebruik van het landschap. Nee. *Doen jullie hier iets aan?* Nee, we doen er niks aan. En zijn ook geen mogelijkheden hier voor bijvoorbeeld betaald gebruik van mountainbike wegen of dat soort dingen. Nee, dat is

allemaal gratis toegankelijk. Ja, en zou dat een optie kunnen zijn dat er ergens geld voor wordt gevraagd, maar alleen als er een echt een nieuwe beleving wordt toegevoegd. Of zou dat te kleinschalig zijn? Denk ik nog dat het heel erg kleinschalig is. Weet je wat het is. Natuurlijk en landschap is net zoals de openbare ruimte. Het is zo vanzelfsprekend.

3.4 Algemeen > Vrijtijdsgebruikers

Heeft u ervaring met of een mening over vrijtijdsgebruikers die zouden moeten betalen voor het landschap? Wat is daarover uw mening? Ja, Hoe kom je nou op verdienmodellen, dat vind ik hartstikke goed. Ik vind het zelf bijvoorbeeld prima om te betalen voor een bos waar het minder druk is. Ja, dan is het minder druk, ja net zoals natuurmonumenten, ik zat te denken ergens bij Raalte is een ontzettende mooie boom, als ze daar nou een picknickplek maken, met een slot.

3.6 Algemeen > Vrijtijdsgebruikers

Wat zijn volgens u succes- en faalfactoren bij vrijtijdsgebruikers in het landschap, heeft u fouten gezien? Ja, ik vind 'het lef hebben om een prijs te vragen' vind ik wel een beetje falen van de maatschappij. Wees maar trots. Bijvoorbeeld de MKB-ondernemers, we doen het hier geweldig, maar we dragen het nog niet uit. Draag maar uit dat je een geweldig landschap heb, en dat er voor betaald dient te worden. Ja en bijvoorbeeld marketing. Krijg vaak de antwoorden 'voor de natuur wil men niet betalen' is vanzelfsprekend. Ja, je hoort vaak in conferenties inmiddels zijn er drie al gegeven, landbouw is belangrijk en ons landschap het is hier mooi, cultuurhistorie moet bewaard blijven. Als iedereen het mooi vindt dan moeten ze er ook geld voor vrij maken, ook de politiek zou geld moeten vrijmaken. Er is 8 miljoen voor groen en blauwe diensten. Collega zei als ik van Heino na Raalte fiets wat merk ik daar nou van?. Nou toen zei ik alle bosjes bomen die worden geknot en onderhouden worden, dat is nou wat je dan gerealiseerd hebt! Dat weten ze niet. Dus het uitdragen en de boodschap brengen en nog een keer, is heel belangrijk.

4.6 Algemeen > Vrijtijdsgebruikers

Oké, En werken jullie ook samen met vrijtijdsgebruikers?

Op landelijk niveau minder, maar ik merk dat nog wel dat je contacten moet hebben gehad met platformen en dat soort zaken. Met het ANWB hebben we contact mee, maar dat is niet heel intensief. Recron hebben we laatste jaar iets minder, maar hebben we ook veel contacten mee gehad. Dus de recreatieondernemers. ~~Uhm~~ tja dat is het wat ik voorlopig even weet. Paardensport hippische sport hebben we ook nog wel eens contact mee gehad.

4.7 Algemeen > Vrijtijdsgebruikers

En zijn er ook ervaringen betreft vrijtijdsgebruikers en betalen voor het landschap? Heeft u daar ervaringen mee?

Ja, wel wat ervaringen mee, maar precies zijn die niet zo heel erg positief in de zin van er is dan altijd een disbalans tussen diegene die investeren in het landschap en diegene die profiteren van het landschap. Ja, de gebruikers van het landschap die zitten vooral in de recreatieve sfeer, maar de bijdrage vanuit die kant zijn eigenlijk niet in verhouding tot wat de lusten en de verdiensten zijn. *De bereidheid om te betalen is niet altijd aanwezig? Bedoelt u dat?* Nee, dat is zo. Kijk het is zo dat als je het over landschap hebt, over beschermde natuur hebt dan ligt het toch iets genuanceerder. Als je het over landschap hebt dat is een gratis gegeven voor veel mensen. Recreanten zijn consumenten die dat product als vanzelfsprekend op zich af zien komen. Het is heel moeilijk om daar een bijdrage voor te vragen. Bijvoorbeeld het onderhouden van landschapselementen kost de eigenaren van die elementen

tijd en geld en daarmee dus geld. Terwijl heel veel recreanten het een vanzelfsprekend iets vinden waar zij niet van kunnen genieten.

5.9 Algemeen >Vrijetijdsgebruikers

Heeft u ervaring met vrijetijdsgebruikers die betalen voor het landschap? Nee heb ik geen ervaring mee. Wat we wel willen doen als we de eerste resultaten hebben. We gaan hele mooie bomen projecten doen, en er komt een stage onderzoek, in teken van het landschap, iets aanbrengen in het landschap of een toren neerzetten het kan allemaal en daar willen we dan vruchtbaarheid aan geven. Maar wat was je vraag nou? Ben de draad kwijt. *Ja, of u ervaring heeft met vrijetijdsgebruikers die betalen voor het landschap?* Dus als we eerste resultaten hebben laten zien dit jaar. Dan willen we de mogelijkheid opnemen dat mensen vrienden worden van Onze Waal. En daar willen we ze toe verleiden, en dit is dus een crowdfunding, als ze mooi vinden wat we doen kunnen ze een bedrag storten en lezingen bij wonen.

7.6 Algemeen >Vrijetijdsgebruikers

Oké, en heeft u ervaringen met vrijetijdsgebruikers die betalen voor het landschap bij een boer? Heeft u een beleving gezien hierin. Want dat is weer op een andere manier voor een boer om geld te verdienen aan de bezoeker. Gebeurt dat bij jullie in de stichting of voornamelijk anders? Meer in een gebied dan in zijn totaliteit. Je kunt natuurlijk zeggen op het moment dat iemand streekproducten verkoopt. Een leuk winkeltje bij een boerderij dan verkoop je als ware ook wat beleving van het landschap en dan is men daardoor wel bereid om daarvoor te betalen. Dat komt voor. Recreëren bij de boer zich. *Slapen etc.* Ja, daar wil men ook gewoon voor betalen voor de authentieke beleving, of hoe je het ook wil zeggen. Er zijn allerlei verschillende vormen van. Ook de boerencamping en ook dat je kunt kamperen in een bepaalde hut en zo. Dat het heel authentiek is met een vuur, ja gewoon en hoe heet dat ook al weer bij die club daar zit er weer een aparte stichting achter die dat hele authentieke kamperen mogelijk maakt. *Ja, zoals tour de boer op.* Ja, dus je hebt natuurlijk even zien of dat bij ons in de buurt ook veel voorkomt. Je hebt natuurlijk al die sporten zoals boerengolf en dat je meteen gebruik moet maken van het landschap als ware.

1.9 Algemeen >Ondernemers

Ja, dus jullie zoeken het niet echt bij de vrijetijdsgebruikers? ~~Nouja~~, via de ondernemers. De gedachte is dat als ze iets gaan drinken dat ze betalen, ze drinken niet bij ons maar bij de ondernemers. Die zeggen dan ja we betalen toeristenbelasting en hebben geen zin meer te doen. Het is moeilijk, dus we doen het eigenlijk niet. Als je het wil moet je eerst investeren in de ondernemers en dan pas kun je bij de mensen terecht. ~~Ja~~.

1.15 Algemeen >Ondernemers

Hebben jullie het idee of nog niet?

Ik denk dat het vastligt als je niet in de harten komt van de mensen over het landschap. Als je niet eerst investeert in de ondernemers dat je dan het landschap laat zien als iets wat mensen moeten ervaren en beleven. Je moet er mee verbinding krijgen. *Ja, eerst laten zien.* Laten zien aan de mensen en betrokken laten worden. Dan pas kun je gaan oogsten. Dat vergeten we en dat je heel erg gauw in technische oplossingen gaat denken. *Ja precies.* Al voordat ze er zijn geweest moeten ze geld investeren. En zeker ook niet ondernemers. Ik denk dat heel veel mensen bereid zijn iets te betalen

voor landschap, maar omdat wij en Kostbaar Salland niet direct in contact staat met de vrijetijdstoeristen en recreanten. Moet je via andere partijen doen.

1.20 Algemeen >Ondernemers

Ja, dan zou je dus wel een plan kunnen verzinnen en ondernemers kunnen betrekken?

Precies zij kennen veel beter nog de recreatiemarkt, of toerismemarkt dan wij of Kostbaar Salland dat weten. Wij weten het verhaal en de beleving over een mooie plek te vertellen. Dat kennen wij vrij goed, maar zij weten vooral goed hoe het werkt allemaal. Hoe een hotel werkt, hoe een lodge werkt en noem maar op eigenlijk. Hoe je de marketing goed kan doen. Dat is niet onze corebusiness.

1.23 Algemeen >Ondernemers

Rekening geven dat je zegt van ja als je 100 euro geeft. Deze rekening is 110 euro dus als je er tien euro af haalt. Moet je de restauranteigenaar mee krijgen. Dat is mijn advies eigenlijk.

3.7 Algemeen >Ondernemers

Ja, ik had een gesprek met Dhr. Jongsma die zei we kunnen wel iets ontwikkelen met een beleving maar het is veel belangrijker om bij ondernemers te kijken, onderzoeken of ze iets willen afdragen, Stichting Kostbaar Salland wil niet uitvoeren, dus het is belangrijk dat de verbinding met de ondernemers goed moet zijn. Ondernemers moeten het landschap belangrijk vinden, hij zei dat je daar in moet investeren in plaats van dat je daar bijvoorbeeld een hotel neer zet. Eigenlijk ligt de uitdaging in een nog best wel lang project hoort als stichting. Hebben ze in andere gebieden ook gedaan. Zo van hoe maak ik nou een verdienmodel. Bijvoorbeeld met agrarische ondernemers. Daar investeren wij in. Ja, daar heeft de overheid in geïnvesteerd. Maar de afgelopen jaar is al een deel betaald door de eigenaren zelf. Kijk je moet niet afhankelijk worden van subsidies maar een hogere bijdrage van de ondernemers zelf is natuurlijk prima. Maar dat zou je langzamerhand moeten doorzetten naar de samenleving, het bedrijfsleven. Dat kan wel maar dat kost gewoon tijd. Kwestie van tijd, kwestie van vertrouwen. Je kunt niet verwachten dat in 1 keer tien ondernemers van MKB's gaan meebetalen. Het gaat om elkaar vertrouwen, informeren en samen zorgen voor een sterkere economie.

4.9 Algemeen >Ondernemers

Ik had ook een gesprek met de heer Jongsma van Landschap Overijssel. Die gaf aan dat, hij vond dat er eerst verbinding moet worden gelegd met de ondernemers en dat je niet direct aan de vrijetijdsgebruikers iets kan vragen en dat je via de ondernemers in dat gebied. Dus dat je hun eerst mee zou moeten krijgen zodat ze iets zouden afdragen aan het landschap. En dat het eigenlijk een goede mogelijkheid zou kunnen zijn. Passen jullie dat ook toe? Of dat niet?

Ondernemers zijn natuurlijk zeg maar ook een groep op een andere manier die kan profiteren van het landschap, van het mooie landschap. Ik neem aan dat je nu dan vooral de niet agrarische ondernemers bedoeld. Die kunnen dan ook in de vorm van sponsoring bijdragen anderzijds ook er zijn dergelijke constructies geweest met landschapfondsen waar ook bedrijven aan mee betaald hebben. Zo is er bijvoorbeeld ook de streekrekening van de Rabobank waarbij de Rabobank ook een deel meefinanciert. Dat zijn constructies die in een beperkte mate werken. Ik vind ondernemers een vrije lastige groep moet ik zeggen.

5.4 Algemeen >Ondernemers

Ik had een gesprek gehad met Dhr. Jongsma van Landschap Overijssel, die gaf aan dat je het bij ondernemers moet zoeken, want om aan de toeristen te vragen te betalen voor landschap dat is niet uitvoerbaar volgens hem. Jullie werken met ondernemers, hoe hebben jullie deze meegekregen? Wij proberen ze mee te krijgen, we hebben een structuur opgebouwd met provincie en die structuur hebben we rondjes pondjes genoemd, en die rondjes zijn mensen die samenkomen, en die doen samen iets met de cultuurhistorie. Met iedereen die van natuur houdt, overal hebben zich groepjes gevormd, en die hebben themadagen, brainstormsessie gehad, en daar zijn dus samenwerkingsverbanden uitgekomen, de rondjes pondjes bestaan een jaar of 4 a 5 en die zijn evenementen gaan organiseren, en die hebben bommen gepland, routes en arrangementen ontwikkeld (gaat iets minder makkelijk) doen dus van alles, paar jaar aan de gang, en nu moet er een soort koepel organisatie komen, en daar is die Stichting Onze Waal voor. Maar we zijn ook nog niet langer dan een jaar bezig, dus zeer recent.

6.11 Algemeen >Ondernemers

Een tweede wat wij hebben gedaan en wat nu wel loopt is de website Ijsseldelta.nl die wij hebben ontwikkeld. Daar zijn nu 41 toeristische ondernemers aangesloten die allen een eigen portaal op de site hebben. Zij betalen jaarlijks ook om op die site te staan en we hopen dat als je heel veel ondernemers daar op hebt dat je daar ook wat geld aan over houdt om te kunnen investeren in je landschap, maar dan zeg ik er tegelijkertijd ook bij dat zijn wel totaal andere bedragen als waar je het over hebt binnen Stichting Kostbaar Salland en de SPLIJ als het gaat om onderhoud middels contracten. ~~Uhm~~, dus ik moet wel eerlijk zeggen dat dit wel een heel moeilijk vraagstuk is en ook waarbij je ook moet kijken of je de burgers zover krijgt om die knop in het hoofd om te zetten dat zij betalen voor hetgeen wat zij vanaf de fiets zien.

6.12 Algemeen >Ondernemers

Ja, en in eerder gesprek met landschap Overijssel kwam eigenlijk uit dat je niet uhm aan de toerist geld zou moeten vragen, maar eigenlijk aan de ondernemers in het gebied. Want als je die mee krijgt in het behoud van het landschap en dan ook echt de uitleg geeft wat het belang is en voor het imago natuurlijk dan heb je een veel betere doelgroep? Bent u het daar mee eens? Daar ben ik het wel mee eens ja. Dat is ook wat wij doen met die website in de Ijsseldelta. Dat we ons met name richten op de toeristisch recreatieve ondernemers. Dat zij gaan bijdragen voor het behoud van landschap en dat zij vervolgens ook dan als vanzelf ook de plicht hebben om dat verhaal door te geven aan hun klanten. Het is ook veel makkelijker dat een toeristische ondernemer dat verhaal doet naar een klant dan de SPLIJ of Stichting Kostbaar Salland. Dus ik denk dat het richten op de toeristische ondernemers, dat het meer kans van slagen heeft dan dat je meer individueel op de bewoners of toerist richt.

1.7 Relaties >Stakeholders

Met welke belangrijke stakeholders heeft uw organisatie te maken en welke samenwerkingen zijn er. Op het gebied van recreatie. Specifiek naar recreatie gekeken dan is wat wij bieden is vooral ook heel veel, we hebben drie bezoekerscentra in Overijssel, in ons natuurterrein liggen, we bieden ook excursies, cursussen en dat soort zaken allemaal. En waar werken we veel mee samen dat zijn met name samenwerkingsverband gastvrij Overijssel. Dat is provincie breed en daar zit de RECRON in Veluwe Wee, en meer recreatiebedrijven noem maar op daar werken we mee samen. We werken ook samen met individuele recreatie en horeca ondernemers. Met gemeenten, lokale projecten die hier aan

relateren.

2.14 Relaties >Stakeholders

Ja, en met welke stakeholders heeft de gemeente te maken met betrekking tot toerisme? Nou, dan hebben we in eerste instantie te maken met recreatieondernemers. Zeg maar, mensen die maar de bungalowparken en de kampeerboerderijen, bed and breakfast, een aantal hotels hier in Raalte bezitten. Niet zo heel veel, maar ze zijn er wel. Dus dat zijn belangrijke stakeholders. Dan heb je vervolgens, even denken, het recreatieschap die onderhoudt zeg maar alle recreatieve paden en infrastructuur. *Ook bijvoorbeeld organisaties met sport denk ik of niet?* Sallands Bureau voor Toerisme, SBT denk ik. Moet je daar maar even op zoeken want dat is een organisatie waar het nodige mee gedaan wordt. Als het gaat om sport dan is sport heel lokaal en meer individueel gericht.

5.8 Relaties >Stakeholders

En met welke stakeholders heeft Onze Waal nog te maken, welke samenwerkingen zijn er nog meer? Met de regionale toeristische bureaus, en die hebben een ander invloed. Deze willen informatie verschaffen en veel minder, stichtingen of wat dan ook, of gemeenschappelijke regelingen die toevoegen. Wij willen echt samen met mensen iets toevoegen. En daar ontstaat het gevoel dat je zelf verantwoordelijk bent voor het landschap om er iets moois van te maken. Dan hebben we ook gewoon de gemeente, en die proberen we ook gevoel voor mooi landschap bij te brengen, begint beetje te komen, maar politieke prioriteiten moet je echt moeite voor doen, als je er over praat zeggen ze is geweldig, maar als ze moeten kiezen voor duurzame energie of een industrieterreintje dan heeft dat een hogere kwaliteit dan het landschap. Dat is gewoon een trend.

6.8 Relaties >Stakeholders

En uhm met welke stakeholders heeft de stichting te maken? Welke samenwerkingen zijn er bijvoorbeeld? Nou we hebben uiteraard te maken met onze fondsverstrekker, dat zijn de drie gemeenten en de provincie. Die vier als het gaat om specifieke groen en blauwe diensten. Wij doen ook aan langjarige weidevogel beheer contracten. Dan hebben we ook te maken ook provincie in dit geval vanuit Wijhe en Kampen en waterschap. Dus dat zijn onze partijen die het fonds vullen waarmee je contracten kan afsluiten. In de uitvoering hebben wij veel te maken met Agrarische Natuurvereniging Kamperland die ons enerzijds ondersteunen met het afsluiten van contracten en ook bij de uitvoering van aanleg en herstel werkzaamheden. Wat zij ook doen voor ons is de tweede punt is de monitoring van de weidevogels voor ons. Contracten die wij hebben afgesloten voor weidevogels. Dat doet dan de Agrarische Natuurvereniging de jaarlijkse tellingen om te kijken of de inzet loont en of je meer weidebos krijgt. Dat zijn de belangrijkste partijen en recentelijk nog is de SPLIJ lid geworden van gebiedscoöperatie IJsseldelta en daar zitten inmiddels 24 gebiedspartijen in de hoop dat we daarmee samen naar projecten kunnen stappen op het gebied van natuur en landschap.

1.13 Relaties >(Klant)relaties

Op welke manier staat het bedrijf in contact met de klant heb ik hier staan. Met wie je samenwerkt om het duurzaam te maken? Nou ja duurzaam maakt altijd beter vind ik. We hebben altijd een groen karakter als natuurlandschaporganisatie en hoe wij dat doen? Wij hebben een bezoekerscentra van waaruit wij heel veel dingen organiseren en een heel programmaboekje, dat zal ik je meteen laten zien

allemaal. Hierin zie je allemaal activiteiten staan, mensen in contact en excursiegidsen en bijeenkomsten. Die ~~uhm~~ hanteren wij ~~uhm~~ en dat komt heel vaak in de media te staan. Een website die Goed bezocht wordt waar alle routes op staan die wij hebben. Een app gemaakt waar iedereen in het landschap routes kunt downloaden waaruit je kunt wandelen. Ja die app is gratis. De app is ontwikkeld met overheidsmiddelen dus daar kunnen we geen geld voor vangen. Want de overheid betaalt dat weer. We hebben het overwogen om het betaalbaar te doen. We maken nou een boekje en dat betalen we zelf. Een wandelroute die gaat door met het geloof het landschap heen. Een pelgrimsroute. We zijn in contact via een magazine die we hebben. We brengen een magazine uit bij de mensen. En via ons project natuurlijk hebben wij contact met mensen. We organiseren donateursavonden een gesprek met de donateurs om te horen wat zij willen vertellen wat wij doen. Vrijwilligersavonden met de mensen in gesprek zijn. We zijn er op verschillende manieren mee bezig.

2.9 Relaties >(Klant)relaties

Ondernemers, die je bijvoorbeeld aanspreekt of een boerderij of een boer bijvoorbeeld dat je dat daar moet zoeken. Dat je daar moet zorgen dat daar meer kennis over wordt verspreidt; je kunt bijvoorbeeld iets afdragen aan het landschap, je kan samenwerken met Kostbaar Salland. Uhm dat lijkt mij lastig? Ja, dat is natuurlijk heel erg lastig maar wat nu belangrijk is en dat vind je ook terug in het uitvoeringsprogramma van het LOP, dat is informatie educatie zeg maar en communicatie.

2.19 Relaties >(Klant)relaties

Ja, en op welke manier staat de gemeente in contact met ~~uhm~~ de organisaties die samenwerken? Zij kunnen het uitvoeren zeg maar. Geloof ik heb ik nu het idee. Welke organisaties doel je nou? Bijvoorbeeld Stichting Kostbaar Salland. Ja, Stichting Kostbaar Salland, we hebben een samenwerkingsovereenkomst met de stichting. Daar is keurig in de statuten geregeld hoe we dat allemaal doen met elkaar. Daarnaast is er periodiek overleg tussen op ambtelijk niveau en er is één of twee keer per jaar een overleg tussen het bestuur van Stichting Kostbaar Salland en de wethouder. En de wethouder van Raalte is vaak ook het enige overleg waar de wethouders van Olst, Wijhe en Deventer bij zitten.

3.12 Relaties >(Klant)relaties

Hoe zou Stichting Kostbaar Salland het beste met de bezoekers om moeten gaan, hoe zouden ze het contact t moeten laten verlopen, persoonlijk? Ja, of door de enthousiastelingen die de elementen hebben, de bomen of de groenstrook. Ja, bijvoorbeeld Annemiek en de rest is natuurlijk super enthousiast en weten veel van landschap. Maar als een fietser stopt, en als dan bijvoorbeeld de boer of de eigenaar, als die dan verhaal doen ja mooie boom, geschiedenisverhaal, dus daar zit ook wel een verdienmodel onder. Bewustwording, we nemen het maar voor lief.

6.4 Relaties >(Klant)relaties

We hadden niet veel moeite om mensen te krijgen. Maar meer moeite om contracten af te sluiten. Mensen krijgen jaarlijks hun geld. Dus dan moet je echt wel aanleidingen zoeken dat je even contact met ze zoekt en even vraagt hoe het met ze gaat. We bestaan dit jaar vijf jaar, dus we gaan ook bijeenkomsten organiseren voor alle contractanten om zo die binding ook tot stand te houden en we ze het gevoel geven dat je samenwerkt aan het landschap.

6.19 Relaties >(Klant)relaties

Jullie zoeken bijvoorbeeld niet particulieren maar jullie doen ook wel aan andere projecten denk ik om de natuur in stand te houden? **Uhm ja wat we afgelopen jaar gedaan hebben is dat we alle contractanten met een hoogstaand boomgaard een uilenkas hebben gegeven om daarmee ook als SPLIJ een aanleiding te hebben om in contact te komen met de contractanten en laten zien dat je meer doet dan alleen geld overmaken maar ook wil bijdragen aan de biodiversiteit. Dus dat was een heel klein projectje dat we gedraaid hebben met een zorgboerderij in de IJsseldelta die 25 uilenkasten gemaakt heeft. Maar verder buiten de groen blauwe dienst regelingen om en bij de weidevogelcontracten hebben we geen parallel en grote opdrachten en projecten meer lopen. Maar dat is ook een vraag voor de SPLIJ zelf. We bestaan dit jaar vijf jaar en dit wordt ook wel een vraag van wat gaan we de komende vijf jaar doen. Worden we een stichting die nauwkeurig de contracten gaan beheren, of worden we een stichting die nieuwe projecten gaan ontwikkelen en doen we dat samen met andere partijen en hoe komen we dan aan geld. Dat is wel een vraag die dit jaar op ons bordje ligt.**

2.2 Relaties >Samenwerking

En u bent ook al bekend met Stichting Kostbaar Salland? **Ja zeker. ~~Hoe kan dat eigenlijk?~~ Ja, wij hebben in 2007 en 2008 met de gemeente Deventer, Olst en Wijhe het basale landschapontwikkelingsplan opgesteld, het LOP. En vanuit het LOP zit ook een uitvoeringsparagraaf en uitvoeringshoofdstuk. En in dat hoofdstuk is aangegeven zeg maar dat we ook willen inzetten op ontwikkelen van groene en blauwe diensten. Dat is al verder in ontwikkeling gekomen in 2008, 2009.**

2.5 Relaties >Samenwerking

Jullie zijn er voor heel veel organisaties voor landschap. Wat is dan eigenlijk het belangrijkste dat jullie wel kiezen voor Stichting Kostbaar Salland, of uhm dat jullie misschien al langer samenwerken. **De samenwerkingsovereenkomst is opgezet om de stichting Kostbaar Salland om daar mee een onafhankelijke stichting te hebben in Salland die zorgen draagt aan een duurzame in stand houden van landschapselementen. En zoals je weet worden daar contracten voor afgesloten voor een periode van 21 jaar. En ze beheren dus ook een heel groot fonds in Stichting Kostbaar Salland. Ik denk dat een miljoen of 8 9 aan geld uitstaat. En dat is allemaal voor de groen en blauwe diensten. Dat betekend dus ook dat het geld dat daar staat dat het los is van de gemeentelijke begroting. Dat is allemaal geld voornamelijk van de provincie Overijssel en dat voornamelijk van de gemeenten komt. En daarmee zeg maar door Stichting Kostbaar Salland neer te zetten staan er geen reserves open bij de gemeenten. Die dus voor andere doeleinden gebruikt kunnen worden.**

2.18 Relaties >Samenwerking

Met wie wil men samenwerken dat is dan eigenlijk duidelijk als het project wordt aantoonbaar vraag naar is. **Ja, het moet wel vraaggericht zijn hé. De tijd dat we ~~uhm~~ zeg maar als gemeente zoveel tijd en geld hadden dat we zo konden bouwen en subsidiepotjes beschikbaar konden stellen en we wisten nauwelijks of er vraag naar was. Die tijd is echt voorbij. Het moet van onderop komen. Dus er moet ook onderzoek naar gedaan zijn en duidelijk zijn. En de behoefte van onderop moet heel nadrukkelijk zijn en de samenhang en samenspraak die mensen daar in naar voren brengen. Als men als dorp gezamenlijk iets wil dan staat er al een hele krachtige lobby.**

2.21 Relaties > Samenwerking

Welke rol zou Stichting Kostbaar Salland het beste kunnen aannemen voor bijvoorbeeld? Kijk, in eerste instantie is Stichting Kostbaar Salland een fondsbeheerder. Dat staat in de samenwerkingsovereenkomst en daarnaast hebben we het ook in de samenwerkingsovereenkomst geduid op het aanboren van nieuwe financieringsbronnen. Daarin krijgt Kostbaar Salland toch wel een initiatievenrol. Zo van, pak het op! En probeer kansen in de samenleving, probeer die te pakken en probeer die verbindingen te leggen en te zoeken. Dus dat zie je ook wel gebeuren. In de Salland Deal doen ze dat heel erg goed. Samen met alle groene organisaties hier in Salland. Dat wil niet zeggen dat die verbindingen altijd direct geld opleveren, maar die leveren zeg maar wel een goede samenhang en draagvlak op voor het verder ontwikkelen van plannen. En niet alleen voor Kostbaar Salland, maar ook voor het waterschap, LTO, de gemeentes en de agrarische cultuurverenigingen. Al die clubs die daar bij elkaar om tafel zitten. Dus dat is op zich wel een hele mooie. Alleen zeg maar, nieuwe initiatieven en nieuwe verdienmodellen.

3.3 Relaties > Samenwerking

Heeft u samenwerkingen met andere partijen, samenwerkingen echt in het toerisme.

Ja, in die zin dat wij vanuit de Kracht van Salland vier keer per jaar Salland Café organiseren. En daar hebben we verbinding met Salland Marketing, die kennen wij heel goed, daar ligt de verbinding met het toerisme, en daarbij heeft een collega van mij toerisme in het taakveld. Die heeft intensief contact met Thea Huisveld, en ondernemers in het toerisme.

3.9 Relaties > Samenwerking

Of dat je bij de fietsroutes die Thea huisman, dat je die boekjes, ja wie fiets hier de rijke gepensioneerden, die zitten hebben dure elektrische fietsen, die kunnen echt wel een eurotje meer betalen voor z'n route boekjes. Dat doen ze nu met de streekrekening ook op een hotel site. *Ja, dan kunnen ze iets afdragen aan de stichting en ook bij meerdere doelen dus daarvan kwam niet genoeg binnen.* Als je dan bijv. op die folder zet 1 euro is voor het landschap dan denk ik dat mensen wel eerder genegen zijn om 4 euro te betalen dan 3 euro. *Ja. Maar zij ziet dit ook zitten?* Nee, weet ik eigenlijk niet hier hebben we het nooit over gehad. *En Stichting Kostbaar Salland zou dit wel kunnen doen ja. En dan niet een andere organisatie?* Ze zouden het samen kunnen doen. Bijvoorbeeld met een natuurvereniging. Er komt een ja dat is grappig twintig mei is een avond georganiseerd door een tuinbouw organisatie. Die gaan het in bedrijfsleven hebben over de promotie van landbouw en dan ook het landschap. Dan komen alle bedrijven rondom het agrarische leven samen. Ook de mensen bewust maken dat sommige ondernemers het heel slecht hebben.

3.16 Relaties > Samenwerking

Hier moet nog veel aan gedaan worden in Salland met samenwerking ook in het verdienmodel.

4.5 Relaties > Samenwerking

Oké, en met welke organisaties heeft u te vooral te maken? Welke samenwerkingen zijn er?

Nou, onze natuurlijke partners zitten in de andere groene organisaties, terreinbeheerorganisaties, zoals bos meer en natuurmonumenten. Dan hebben wij op landelijk niveau een lobbycoalitie met de... die noemen wij groene helft. Waarbij ook milieudefensie, federaties natuur en milieu, Greenpeace en

dergelijke zitten. En de derde groep dat is de groep die gericht is op andere eigenaren dan ~~uhm~~ wat ik net VBO noem. Dus niet ~~uhm~~ de natuureigenaren, de natuurmonumenten, maar ~~uhm~~ de particulierenterreineigenaren. Federatie particulier grondbezit en natuurlijk de boeren. De boeren en het nieuwe collectieve die er zijn.

6.9 Relaties > Samenwerking

Heeft u ervaring met de stichting betreft vrijetijdsgebruikers die betalen voor landschap? Nou, eigenlijk niet dat zal ik heel eerlijk zeggen. Wij worden nu gefinancierd 100 % vanuit de overheden. Dus dat is 1. En 2 we zijn als SPLIJ ook niet zozeer, of niet zozeer actief op zoek naar bronnen van inkomsten met name uit de samenleving, maar wat wel interessant is dat wat ik eerder noemde is dat wij zijn aangehaakt bij gebiedscoöperatie IJsseldelta en die is daar wel veel nadrukkelijker mee bezig om te kijken hoe je, nou ja je financiering voor je investering voor je landschap op peil kunt houden met verdienmodellen. Daar ben ik ook heel nauw bij betrokken want ik werk ook voor de gebiedscoöperatie.

1.16 Relaties > Verbinden van partijen

Als andere partijen niet het gevoel hebben, wat Kostbaar Salland heeft dan schiet het niet op. Dan moet je investeren om de eerste stap te zetten en verbinding te maken en jij noemde het waardepropositie, maar vooral die verbinding maken met de mensen. Maar wij zitten vooral op de lijn dat we mensen verbinden met het landschap en dat zijn lokale mensen en ondernemers, noem maar op eigenlijk. Die verbonden voelen. Er komen vanzelf goede ideeën boven borrelen wat ze kunnen gaan doen. Vriend of donateur willen worden, of ze gaan wat creatiefs doen. Net zoals Bookdifferent.com. Noem maar op eigenlijk. Vooral die stap ervoor moeten we niet vergeten, die is vooral belangrijk. Want de voorbeelden zijn er te over, ideeën.

1.19 Relaties > Verbinden van partijen

Je moet altijd partijen vinden die hierin meegaan en die gedachten hebben. Dat is voor mij stap 1 om te gaan doen altijd.

1.21 Relaties > Verbinden van partijen

En eigenlijk heeft u het al genoemd. Heeft u nog aanbevelingen voor Stichting Kostbaar Salland qua financieringsbronnen en mogelijkheden?

Investeren in het laten zien wat een landschap allemaal inhoudt. De waarde ervan en de mensen er op verbinden. Ik bedoel dus ook echt mensen, de ondernemer. Dus je moet vooral die mensenkant doen. Je moet daar vooral op investeren ook. Uhm meer toevoegt dan dat je denkt een technische oplossingen.

2.8 Relaties > Verbinden van partijen

Je kunt als voorbeeld wel ergens een hotel plaatsen, maar het lijkt mij meer dat je de ondernemers meer moet krijgen en dat het gaat om de verbinding met de ondernemers hoe hun denken over het landschap. Ze willen het graag uitbesteden. Ja, nee geen mensen die zelf heel veel uren kunnen maken en vooral als ze nog ook wat willen oppakken. Ja, en daar heb je zeg maar netwerken voor nodig en ook de benodigde professionele kennis.

2.12 Relaties > Verbinden van partijen

Ja, en een kans zie ik wel in het leggen van verbindingen niet alleen fysieke verbindingen; nat en droog, het waterschap is bijvoorbeeld bezig met allerlei wateropgaves waardoor de waterleidingen zeg maar natuurvriendelijke invulling krijgen en meer water in het gebied blijft. Daarmee creëer je zeg maar wel een mooi netwerk en allerlei mooie groene gebieden. Op zich is dat wel heel erg mooi maar waar het ook om gaat is dat zeg maar dat je mensen en organisaties ook inspireert en dat is nogal lastig. Waar liggen dan die kansen?

4.13 Relaties >Verbinden van partijen

Het andere is verbinding maken met de andere kant die recreanten en consumenten om die twee met elkaar te verbinden. Dat is denk ik de belangrijkste succesfactor.

5.16 Relaties >Verbinden van partijen

Doordat we die community on practices organiseren en iedereen verteld waar hij of zij mee bezig is. En als je dan ergens met steigertjes dan gaat liggen en iets maken en dan komt dat ook ten horen in de Rijn of tegen Gorkum aan, en dat kun je communiceren en wij willen die verbindende rol spelen. Zo over alles wat er bij De Waal gebeurt en daar hoort watertoerisme ook bij. Het is in De Waal wel erg druk met scheepvaart, dus je kunt niet enorm veel toerisme organiseren.

2.17 Financiën >Investeren

Ja, klopt en wat zijn kritische succes en faalfactoren van de gemeente om het financieren van organisaties in het beheer van natuur? Als het gaat om het financieren van projecten in zijn algemeenheid dan is het voor de gemeente belangrijk dat daar een goed draagvlak voor is. Draagvlak vanuit de samenleving. En dat is waar bestuurlijk heel sterk naar gekeken wordt. En daarnaast moet het natuurlijk ook ja aansluiten bij het gemeentelijke beleid en de gemeentelijke visie. Landschapsontwikkelingsplan, daar ligt die visie. Dat is het gemeentelijke beleid. Als er zeg maar vraag komt vanuit de samenleving en de samenleving organiseert zelf ook urgent het één en ander er om heen voor Stichting Kostbaar Salland. Dan is het voor de gemeente redelijk dan is de gemeente wel bereid om er op positieve manier naar te kijken. Ik denk nog niet dat er zomaar geld beschikbaar is. Want geld is ook een schaars goed op dit moment. En dat zal dan afgewogen moeten worden.

1.12 Financiën >Kosten

Waar zit voor jullie de meeste kosten?

Het beheer van natuurterreinen. *Dat doen jullie niet zelf toch?* We regelen onze eigen natuurterreinen zelf, we besteden het uit en huren mensen hiervoor in. We hebben zelf een aantal mensen buiten lopen. We huren aannemers in, bepaalde HBO's die bepaalde dingen voor ons doen. Maar daar hebben we geld voor nodig. We hebben geld nodig om landschap mooier te maken om leefbaar te maken en daar hebben we geld voor nodig. Dus centraal voor projecten in en om het natuurterrein mooier te maken het landschap. Dus dat is eigenlijk ons grootste kostenpost in onze organisatie.

2.16 Financiën >Kosten

Maar het beheer is wel duur. Ja, het beheer is wel duur.

5.13 Financiën >Kosten

Wat zijn jullie grootste kosten? Organiseren dat al die bomen gepland worden en aangeschaft worden. Je moet hem kopen transporteren in de grond zetten. Als je er 5 van die grote gerechtsbomen wil neerzetten die moeten ergens vandaan komen. We hebben ook bijzondere bomen met een verhaal Maar die zijn wel 6 meter hoog die moeten duur getransporteerd worden, in de grond gezet worden, dat kost je 1000den euro's. Dat moet je ergens vandaan halen. En als wij Michel Flooren inhuren. Die doet dat niet voor niks, die moet ook de kost verdienen. Als we een stage willen laten uitvoeren moeten we ook betalen, moeten we ook een mooi rapportje maken. En dat kost je al gauw 2000 euro. En onze website daar betalen we ook voor en moet bij worden gehouden, kost je sowieso tarieven voor abonnementen. Mooie foto's noem het maar op. Als je impact wil hebben, als je mooie dingen wil maken heb je geld nodig.

6.17 Financiën >Kosten

Waar zitten eigenlijk de grootste kosten voor jullie? Als je naar de begroting kijkt op jaarbasis dan zit de grootste kostenpost misschien wel in mankracht. Kijk er is een vrijwillig bestuur die kan je inzetten om de organisatie op orde te houden, maar wil je verder en wil je projecten ontwikkelen, nieuwe netwerken aanboren wil je fondsenwerving dan heb je als vrijwillig bestuur wel iemand bij nodig die daar hen in ondersteund. Die kunnen dat helaas niet voor niks doen. En dus je grootste kostenpost zit hem qua organisatie in mankracht, uren. *Ja, oké dus jullie werken ook gewoon samen met mensen die iets betaald willen en kunnen doen?* Ja, Ja het bestuur kan een prachtig voorstel maken en aan mij vragen van goh wil je dit jaar een miljoen aan fondsen binnenhalen, maar dat vraagt inzet van mijn kant dus uren. En dus gelden, dat het is lastig dat je. Ik ben voor de SPLIJ beschikbaar voor een minimum aantal uren om werk te kunnen bieden om de winkel draaiende te houden, maar om echt nieuwe projecten te ontwikkelen dat staat wel eens onder druk.

1.10 Financiën >Huidige financieringsbronnen

Wat zijn de huidige financieringsbronnen op het gebied van landschap voor de organisatie? Voor ons? *Ja, waar krijgen jullie nu geld van?* Wij krijgen geld van eigen inkomsten die we hebben van onze eigen natuurterreinen die we hebben. We krijgen inkomsten van de producten die we hebben, graan gras noem maar op. We verpachten land en hier krijgen we geld mee. Boerderijen die we op erfpacht hebben krijgen we geld mee, dus daar hebben we inkomstenbronnen zitten We krijgen geld van fondsen van goede doelen op verschillende manieren maar ook geld van overheden. Dat is beheer van natuurterreinen van de provincie, Maar ook vrij veel samen doen we met gemeenten waar we financiën mee krijgen. Dat zijn de belangrijkste inkomsten die we hebben. We hebben natuurlijk onze eigen donateurs 10.000. Iets meer dan 10.000 en bedrijven die ook geld geven aan ons. *Oké, en die doen dat omdat ze het landschap belangrijk vinden?* Ja.

4.14 Financiën >Huidige financieringsbronnen

Wat zijn de huidige financieringsbronnen van landschappen.nl? Hebben jullie ook subsidies, giften en schenkingen? Heb je daar al met Landschap Overijssel over gesproken? Want in feite is dat één van onze organisaties, maar als ik even praat vanuit de landelijke koepel wordt er gefinancierd en de afdracht gedaan door provinciale organisaties. De provinciale organisaties krijgen nog geld, subsidies vanuit de provincies, postcodeloterij geld en vanuit projecten die zij opzetten. Projectgelden die kunnen verschillende financieringsbronnen hebben. Vanuit verschillende fondsen of vanuit

verschillende overheidspotjes. Ik weet niet of ik daar mee antwoord geef op je vraag, maar is in grotendeels waar wij ons geld vandaan krijgen.

7.11 Financiën >Huidige financieringsbronnen

Maken jullie gebruik van financieringsbronnen of dat niet? Wij werken in onze eigen tijd vooral en uiteindelijk doet de gemeente, die wil dan ons toch op het laatste moment zo een 750 euro ofzo voor het evenement geven. Dan hebben we geloof ik 750 euro gekregen om reclamemateriaal te maken. Dat soort dingen. *Gaan jullie daar na op zoek of dat ook niet?* Dat doen we altijd wel, maar onze laatste bijeenkomst hebben we gezegd van het is best wel lastig om als clubje een platform als Natuurhuus precies die rol te pakken. En ik vond dat zelfde niet hard genoeg op schoot en daar zit dus die Agnes waar ik het over had zit er bij. Er zit nog iemand bij dat is Tulha heet ze, ze is zelf actief op de oorsprong. Dat is richting Heeten een perma cultuur doet ze hele leuke dingen. Heel goed bezig. Laatste wat wij gezegd hebben is van laten we dan gewoon aansluiten op die activiteiten die jullie al van plan zijn te doen en dan direct zorgt dit ervoor dat wij jullie beter uit de voeten kunnen. De hulp als het gaat om studenten of schrijven van stukken of weet ik dat. Maar gebruik ons om jullie eigen activiteiten die jullie toch al van plan waren om daar iets mee te doen. Er komt binnenkort één of andere bijenprofessor uit Turkije ofzo. Die komt op bezoek bij Tulha en zij heeft ons uitgenodigd om dan als hij komt er ook bij te zijn zodat we samen kunnen bedenken wat kunnen wij organiseren hier voor Salland zodat die kennis over bijen en alles wat je er mee kunt doen hier probeert te verspreiden.

1.11 Financiën >Toekomstige financieringsbronnen

En die financieringsbronnen die zijn gewoon stabiel en zullen in de toekomst ook blijven?

Nee, dat weet je nooit want we hebben al wat bezuinigen gehad, maar nee het is nooit zeker. Die inkomstenbronnen die we hebben van de pacht en natuurgebieden die zijn wel zeker. Maar daar omheen is het elke weer spannend. Vandaar dat we ook staan te kijken om andere inkomstenbronnen te Creëren en, wat kun je daar mee doen.

1.14 Financiën >Toekomstige financieringsbronnen

En voor de toekomst hebben jullie nieuwe dingen die jullie willen gaan doen? Veranderingen die nodig zijn? Dat is een beetje hetzelfde als Kostbaar Salland ook zegt. We zijn altijd op zoek naar methodes om onafhankelijk te worden van externe financiering. Dat is wel een grote opgave. Dus we gaan wel kijken met wat voor methodes je kunt doen. We zijn bezig met een landschapshotel met een onderneming die het landschapshotel ontwikkelt. Kunnen we daarin samenwerken en een stukje van de opbrengst investeren in het landschap, dat ontwikkelen we. We zijn altijd aan kijken wat we met biomassa kunnen doen. Op verschillende manieren kijken we er naar om.

2.7 Financiën >Toekomstige financieringsbronnen

En nu is Stichting Kostbaar Salland op zoek naar financieringsbronnen. Bij de vrijetijdsgebruiker. Kan de gemeente daar ook bij helpen. Stel dat als ze een concept ontwikkelen voor een landschapsbeleving wat nieuw is, waar de toeristen op worden aangetrokken. Ja. Kijk, je moet dingen altijd zoveel mogelijk zeg maar zoveel mogelijk onderling samen aan te zien en het landschap is niet iets op zich. Dat heeft zeg maar heel veel economische kenmerken als ik het zo mag noemen. En kijk hoe mooi en aantrekkelijk het landschap, trekt wel meer mensen voor ~~uhm~~ die hier komen om te ontmoeten en recreëren. En dat is meer een stukje economie.

2.20 Financiën >Toekomstige financieringsbronnen

Oke, en heeft u enig idee hoe het in de toekomst er uit gaat zien voor landschapsorganisaties? Positief of? Nou ja kijk, wat je heel erg ziet is. Want je ziet dat ze nu op zoek zijn naar nieuwe financieringsbronnen en dat soort zaken. Is het misschien wel...Ja, financiering blijft altijd een lastig vraagstuk. Zo lang we in Overijssel en in Salland de ambitie is om nog meer landschapselementen onder contract te brengen en die vraag er nog steeds is denk ik dat het belangrijk is om te blijven zoeken naar nieuwe financierings- en verdienmodellen. Dat je maar minder afhankelijk bent van de portemonnee van de gemeente of de provincie Overijssel.

3.11 Financiën >Toekomstige financieringsbronnen

Hoe denkt u dat het er in de toekomst uit zal gaan zien voor Stichting Kostbaar Salland, waar moeten ze aan denken? Nabije toekomst denk ik dat ze best wel moeten knokken voor middelen en buffelen om hun zaak rond te krijgen als vrijwilligers stichting. Is het wel reëel dat ze allemaal vrijwilliger blijven. Ja je zou bijvoorbeeld kunnen denken; daar wil ik ook naar toe. Agrarische natuur vereniging is er natuurlijk ook en wij hebben hier landbouw en daar zit ook weer iemand die richting groen gaat. Dus je zou Salland Deal, daar hebben we nooit over nagedacht, daar komen we dus nu op. Je zou bijvoorbeeld meer collectief dingen kunnen gaan doen. Dat je alles onder 1 stichting stopt, met 1 secretaresse. En dat het de vrijwilligers heel veel tijd scheelt en dat zij dan weer de boer op kunnen met hun verhaal. Eigenlijk moeten ze bij de ondernemers zitten. Dat is ook die crossovers tussen die verschillende factoren. Dat MKB groene gebeuren dat moet nog gebeuren. Dus die horeca ondernemers campingeigenaren, bewust laten worden dat de landschap wel gemaakt word door andere partijen.

4.15 Financiën >Toekomstige financieringsbronnen

En in de toekomst zijn deze financieringsbronnen ook nog stabiel? Gaan ze veranderen of gaan jullie nog op zoek naar andere inkomsten? Sinds ik bij deze organisatie werk zijn wij aan het zoeken en kijken naar andere financieringsbronnen, met name toch ook vanuit een niet Overijsselse kring. Maar dat blijft een hele lastige opgave, ik weet dat de overheidsbronnen zeker niet stabiel zijn en dat heb ik de laatste jaren ook meegemaakt. We hebben landelijk een enorme klap gekregen, wat wij hier het tijdperk bleken noemen. Toen zijn de landelijke geldkranen stevig dichtgedraaid. Ook op provinciaal niveau zijn er best wel klappen gevallen. Die hebben we niet op kunnen vangen door zeg maar particulariseren en geldstromen vanuit het bedrijfsleven. Dus we zijn terug gegaan.

4.19 Financiën >Toekomstige financieringsbronnen

Hoe denkt u als u in de toekomst dat het bedrijfsmodel eruit zal zien voor landschapsorganisaties? Ik denk op termijn dat het toch gaan meer moeten naar private financiering. Je ziet die trend ook wel een beetje komen of op ander terreinbeheer zoals bosbeheer waar meer aandacht is voor houtproductie en biomassa. Dat zal bij ons ook wel enigszins doorgaan, anderzijds denk ik dat we nooit loskomen van overheidssubsidies. We zullen de overheid altijd nodig hebben om dit werk te kunnen blijven doen. Je ziet ook een verschuiving van de rol van de overheden. Was het voorheen vooral het rijk die het natuur- en landschapsbeheer organiseren en financieren. Nu is het vooral de provincie.

5.12 Financiën >Toekomstige financieringsbronnen

Hoe zien de financieringsbronnen eruit in de toekomst voor jullie? Ik denk dat er hoe dan ook een bijdrage van de provincie bij moet blijven. Maar de provincie wil dit niet dus, dit is een dilemma. Ze denken dat het vanzelfsprekend is dat vrijwilligers zich uren en dagen voor inzetten en dat de provincie alleen maar zegt doe je best. Wat doe je dan zelf. Dat wil wel is lastig zijn om daar over uit te komen. Ik ben van nature een super optimist maar zo nu en dan denk ik het is toch wel lastig om dat geld allemaal bij elkaar te krijgen.

5.17 Financiën >Toekomstige financieringsbronnen

Hoe denkt u dat het bedrijfsmodel er in de toekomst uit zal zien? En dan zal je dus voor projectgeld bij gemeentes kunnen gaan. Of door plaatselijke groepen laten oppakken. Maar toch een bijdrage vragen aan de gemeente voor de drie thema's. En daar zijn we de eerst komende jaren gewoon hartstikke druk mee. Over 10 jaar hebben we hopelijk echt iets laten zien.

6.15 Financiën >Toekomstige financieringsbronnen

Ja en hoe ziet u eigenlijk de financieringsbronnen in de toekomst voor de stichting? Nou één van de financieringsbronnen is heel slim met je huidige centen in het fonds omgaan. Dus je financieringsvraagstuk moet je ontzettend goed en slim op orde hebben om zo met de rente inkomsten weer nieuwe dingen te kunnen doen. En daarnaast want dat is nog een stap die de stichting moet gaan zetten om nieuwe middelen te genereren, maar niet bij overheden maar bij private partijen als zijnde hele grote bedrijven die wellicht bereidt zijn om te sponsoren of andere fondsen zeg maar bereidt zijn om projecten te sponsoren of geld ergens in willen stoppen. Maar het zit hem wel in uhm de korte klappen. Dus niet uhm hoe moet je dat zeggen hele complexe projecten opstarten waarbij je heel veel inzet moet plegen en waarbij je heel veel mensen nodig hebt om het tot een succes te maken. Het is gewoon moeilijk.

6.20 Financiën >Toekomstige financieringsbronnen

Als ik dan een vraag stel hoe denkt u dat het bedrijfsmodel er in de toekomst uit zal zien dan denk ik eigenlijk dat het met de overheid wordt gefinancierd? Op dit moment zijn we volledig afhankelijk van de overheid, dat klopt en op dit moment is het ook zo dat we een taak hebben voor een jaar of 30 omdat we die middelen vast hebben staan en 30 jaar uitkeren. En als wij ervoor kiezen, dat kan een keuze zijn dat we als SPLIJ zeggen we willen een beheerstichting blijven dan ben je na 30 jaar uitgewerkt met z'n allen. Dat is een ambitie die kan, maar ik hoop dat het bestuur kiest voor een grotere ambitie en zeggen: 'nou we willen ook wel aan de slag blijven in de IJsseldelta en samen met andere partijen ook nieuwe projecten te ontwikkelen''.

7.13 Financiën >Toekomstige financieringsbronnen

En heeft u enig idee hoe de financieringsbronnen voor landschapsorganisaties of stichtingen zoals Kostbaar Salland eruit zal gaan zien in de toekomst? Aangezien de overheid zich gaat terugtrekken moeten ze dan ook voornamelijk verder gaan zoeken? Heeft u daar een tip voor? Nou ja, er is net ook al wat over gezegd verbinden met ondernemers maar dan echt om diepgaande relaties op te bouwen, dus niet meer zo even van of je een keer een paar honderd euro kunt krijgen ofzo. Maar om ze structureel te binden. Ik heb zelf ooit eens te boek als Stichting Kostbaar Salland tien mogelijke financieringsvormen benoemd en wat natuurlijk ook altijd de legaten enz., dat is bekend. Daar waar mensen geld willen nalaten aan terreinbeheer of instanties enz. Dat is best een belangrijke bron. Over sponsoring hebben wij het gehad.

1.17 Potentiële financieringsbronnen >Toeristenbelasting

En als je het echt wil veranderen dan moet je toeristenbelasting veranderen. Dat is denk ik de belangrijkste stap.

7.9 Potentiële financieringsbronnen >Toeristenbelasting

En dat zou wel kunnen werken? Want vaak moeten ondernemers al toeristenbelasting aan dat soort dingen betalen. Dat soort dingen moeten ze al afstaan en dan hebben ze dan is dat eigenlijk nog meer en dubbelop. Wat zou er voor hun dan zijn. Ik kan mij voorstellen dat je geld binnenhaalt en ik speculeer op dingen die ik niet zeker weet, maar ik kan mij voorstellen dat het ook weer ten koste kan gaan van de fooi. Serieus. Als je dan op ondernemers moet gaan richten moet je hun wel laten inzien dat het belangrijk is om duurzaam te zijn. Ik denk dat heel veel ondernemers, als zij dat geld direct moeten doorsluizen en zelf ook niet veel belangen hebben om op dat moment de klant te vragen om weer extra te betalen voor het landschap.

1.18 Potentiële financieringsbronnen >Landschapsbeleving

Maar je zou ook iets kunnen ontwikkelen in het landschap. Maar dat is misschien niet duurzaam? En daar geldt voor vragen?

Dat is waar wij mee bezig zijn in Twente met het landschapshotel. Lodges neerzetten in het landschap. Je zet het neer en het is een unieke beleving die je neerzet. Ze doen dat omdat het in een mooi landschap is en dat verdiend. De ondernemer verdient er geld aan en er gaat een stukje naar het fonds toe. Proberen het landschap weer mooi te maken met dit fonds. Dat is wel iets waar je doelgericht aan moet werken, ook daar heb je een ondernemer voor nodig. Dat is niet de corebusiness van Kostbaar Salland of Landschap Overijssel om dat soort dingen te gaan doen.

2.10 Potentiële financieringsbronnen >Landschapsbeleving

Zorgen ervoor dat je de kennis over het landschap dat je dat levend houdt, dat je dat ook overdraagt en uhm-uhm en dat je verhalen kunt stellen. Want dan raken mensen geïnspireerd door verhalen. Ja, uhm dat is wat je moet doen.

Ja. En je kunt op iedere plek in het landschap een verhaal vertellen uhm. *Ja over de historie.* Ja, over de historie over hoe het vijftig honderd of hoe het 500 jaar geleden was *Ja, en dat is weer interessant voor de vrijetijdsgebruiker.* Ja uhm dat is wel een hele beperkte doelgroep. Want er zijn natuurlijk ook gigantische veel mensen die er met de fiets zullen reizen rijden. Juist moderner.

2.23 Potentiële financieringsbronnen >Landschapsbeleving

Oke, en wat is hier in Raalte precies de kern waarvan van het landschap? De grote diversiteit, zeg maar en dat geldt dan voor heel Salland als je even zeg maar door de oogharen En naar het landschap in Salland kijkt dan loopt het eigenlijk van de Sallandse heuvelrug, Nijverdal Holten, in westelijke richting zeg maar richting de IJssel. De IJssel is een rivier met een totaal ander landschap dan de Sallandse heuvelrug. Daar tussen liggen allerlei stroomruggen en stroompjes, dat maakt het heel erg gevarieerd. Ja zeg maar, op een afstand van ongeveer 20 tot 25 kilometer. Dan kan je een dwarsdoorsnede goed ervaren, maar dan moet je het wel zien. Dan moet je het wel zien en moet je het verhaal wel kunnen

vertellen.

3.5 Potentiële financieringsbronnen >Landschapsbeleving

Ja dus echt iets aanleggen met een beleving. Ja-ja. Ja bijvoorbeeld een stilte plek. Kijk je hebt nu bijvoorbeeld van die hele mooie natuurhuisjes, kijk zon concept kun je natuurlijk wel een verdienmodel van maken. *Ja daar zullen vast wel meer mensen achter staan.* Ja, of ze daar voor willen betalen weet ik niet. Maar de natuur wordt wel steeds voller. Stilteplekken zijn bijzonder.

3.13 Potentiële financieringsbronnen >Landschapsbeleving

Wat is echt een kernelement van Salland volgens u? Ja echt een kernelement. *Waar kun je toerisme naar toe trekken?* Toerisme trekken. *Het landschap denk ik?* Ja het afwisselende landschap, maar ook de gemoedelijkheid en eenvoud en gastvrijheid van de samenleving. We zijn niet trots hier in Salland, komt heel vaak terug he we moeten iets trotser zijn. Het begint te komen, we doen hartstikke goede dingen hier. Toen wij een conferentiebijeenkomst organiseerden, vroegen we wat is Salland. En niemand wist hier goed een antwoord op. Nu zijn we 4 jaar later. Het verhaal begint te komen wij zijn Sallanders. Er is ook een cursus leer mijn Salland kennen, dan gaan ze langs landgoederen en leren over de taal. *Ook met een app?* Nee is gewoon een echte cursus, zes dagen en dan 1 dag of twee dagen met de bus rond in Salland. *En dat is voor?* Ja voor iedereen die het wil, nee niet voor bezoekers maar echt voor inwonende. Wij adviseren altijd mensen niet uit Raalte om daar aan mee te doen.

3.15 Potentiële financieringsbronnen >Landschapsbeleving

En het aanbod horecagelegenheden is hier ook uitgebreid genoeg? Ja, dat denk ik wel. Er zitten wel genoeg restaurant in verschillende plaatsen en leuke cafeetjes. *En unieke aspecten van Salland? In het eten ook?* Sallandse asperges en wild eten beginnen ze wel te promoten. Dus dat zijn wel belangrijke dingen. *Ja, daar zou je ook nog wel iets in kunnen doen. En bijvoorbeeld toeristen vragen om een boer te helpen met iets zou dat ook kunnen? Mensen uit de stad nee dat is niet echt een stelling, mensen uit de stad vinden het fijn om op het platteland te zijn en echt iets te doen. Zoals koeien melken of uhm.* Nou dat is gelijk al moeilijk. Ja, het kan wel, maar dan moet je het zo gaan opzetten. Je hebt wel zichtstallen en open dagen bij boerderijen en daar komen toch vaak wel veel mensen op af. Maar dat is ook een proces waar je constant mee bezig moet blijven. Kijk, we zijn misschien wel een groepje mensen die naar zo'n boerderij terug gaan met wandelen/fietsen of met kinderen, maar je moet ook weer nieuwe mensen aanboren. Dat is een continu proces in marketing om dat blijven te promoten. Anders is een stal op een gegeven momenten ook weer klaar. *Dan zou je een route met alle boerderijen die mee werken.* Ja alle open boerderijen zeg maar. Ja, en dat is er al en Salland Marketing is daar wel mee bezig, de meeste boerderijen staan in de magazine. Die hebben een programma een meerjarenprogramma hebben ze volgens mij net weer geschreven en daar hebben ze speerpunten in staan. Eén daarvan is streekproducten en lokale producten meer naar de horeca en dat soort dingen. Je hebt bijvoorbeeld ik weet dat hier in Deventer een Mexicaans restaurant. Daar zit 2 euro of 5 euro op een gerecht voor weeshuizen in Mexico. Dat kan je hier in een restaurant ook doen. Een gerecht met 2 euro extra voor het Sallandse landschap. Als je wild eet of asperges zeg maar. Dat zou een mooi verdienmodel kunnen zijn. Als er dan nog een leuk gerecht mee doet. Mensen willen toch dat gerecht. Dat is bij het restaurantje ook en dat is nog leuk ook. Dan betaal je voor het gerecht en denk je dat is nog leuk. Dan drink je een biertje minder maar betaal je voor het weeshuis. Dat is misschien nog wel een optie.

4.11 Potentiële financieringsbronnen >Landschapsbeleving

Ja precies, en wanneer je kijkt naar landschapsbeleving daar is onderzoek naar gedaan dat voor een beleving in het landschap een vrijetijdsgebruiker wel iets afstaan. Heeft u daar voorbeelden van? Van een goede landschapsbeleving? Een goede landschapsbeleving, ja hoe bedoel je dat? Gebieden waar mensen het landschap mooi vinden? Bijvoorbeeld historie gebruiken door middel van een app. Mensen door het landschap laten gaan of door middel van iets op te zetten wat echt voor een beleving zorgt en waardoor de mensen zich vermaken. Nou wat ik dan wel een aardig voorbeeld vindt is de wandelpaden, de klompenpaden die in Gelderland en Utrecht gemaakt worden. Dat is een vorm van beleven die maakt dat het landschap toegankelijk wordt voor de recreanten. Via die klompenpaden worden door boerengronden opengesteld. De wandelpaden die gaan voornamelijk door boerengronden. En over onverharde delen van die boerengronden en daar wordt heel intensief gebruikt van gemaakt. Dus als je zegt van goh, een voorbeeld van waar recreanten het landschap goed kunnen beleven, dan is dit de vorm. Dat heeft vaak ook te maken met toegankelijk maken van het landschap.

5.10 Potentiële financieringsbronnen >Landschapsbeleving

Ja, en op welke manier word er beleving aan het landschap toegevoegd, ik hoorde door de drie thema's die u zij? Maar gebruiken jullie nog meer mogelijkheden. Ja, via de website moet je mensen leren over het landschap, stel dat je niks weet en je ziet een kieviet vliegen, soms weet je wel dat het kieviet is, maar ik ben zelf al vogelteller van af min 7e jaar. Als ik rondfiets ergens en ik kom thuis heb ik waarnemingen gedaan, wat zat die sprinkhaan er mooi bij. Ik heb dan 40 a 50 soorten die ik even heb gespot en bekeken, je moet dus ook mensen kennis bij brengen om te genieten. Maar meestal moet je ook nog rondleidingen geven. Of bijvoorbeeld met vogelgeluiden de mensen het volgens laten leren kennen. We hebben in onze groep ook mensen zitten die de beleving van het landschap als kernwaarde in hun organisatie hebben. Dat zijn kleinschalige organisaties die zeggen we willen mensen van de stilte laten genieten. Dit willen we ook laten uitwerken samen met het Saxion, hoe organiseer je zoiets. Hier hebben we al 3 thema's bijeenkomsten voor lopen.

6.13 Potentiële financieringsbronnen >Landschapsbeleving

Ja, en een andere mogelijkheid zou zijn dat je een landschapsbeleving creëert in het landschap. Te denken aan rondleidingen, door een boer of dat soort nieuwe dingen. Ziet u daar ook iets in? Kan daar ook een financieringsbron uit komen? Ik zie daar wel iets in de zin dat je mensen betreft bij het landschap. Dat je de boer daar ook een andere rol in geeft. De boer is veel meer dan alleen het produceren van melk, aardappelen of wat dan ook. Die heeft een hele belangrijke taak in het landschap zelf. Qua onderhoud, maar ook in het uitdragen van het verhaal. Dus ik denk, voor een hele kleine doelgroep goed kan zijn, maar als je het hebt over financieel en qua rendement is het zeer machinaal. ~~Beperkt idd.~~ Mensen zijn best bereidt om te betalen voor een excursie, maar als je dat afzet tegen de inzet die de agrariërs moet plegen, tegen de inzet die je moet plegen om überhaupt je evenement bekend te krijgen. Dat mensen zich kunnen inschrijven. Die kosten baten kan je tegen elkaar wegschrijven en daar houd je weinig tot niks aan over om dat te herinvesteren in je landschap. Dus het is heel goed, maar financieel is nou ja je inleg dermate hoog dat het bijna niet opweegt tegen de inkomsten.

6.23 Potentiële financieringsbronnen >Landschapsbeleving

Hoe ik er zelf tegen aan kijk. Het gaat echt om het landschap, dus het lijkt mij niet echt dat we entree of iets moeten gaan vragen, behalve als er echt een beleving kan worden toegevoegd en dat is ook wel lastig want het bestaat al heel lang op deze manier. Ja. Ja, dat klopt ook wel, want dat zie je ook met de verantwoordelijkheden. Want iedereen is er aan gewend dat je vrij in het landschap mag lopen. Op het moment dat je daarvoor letterlijk moet betalen, wat natuurlijk indirect wel doen want dat gaat natuurlijk via belastinggeld. Maar als je zichtbaar voor betalen moet dat zal voor veel mensen wel vreemd zijn. Want je kunt nu overal lopen en kijken, maar als dat niet meer kan dan wordt het lastiger. ~~Ja~~. Dan kan je het inderdaad via een omweg doen via de ondernemers. Ja, je kunt wel kleine dingen veranderen maar dat zal niet zoveel inbrengen, maar misschien wel wat meer naamsbekendheid voor stichtingen waarschijnlijk ook wel wat opleveren. Ja, dat zou ook kunnen mee helpen ja, dat klopt.

7.8 Potentiële financieringsbronnen > Landschapsbeleving

Ja ik zat ook al te denken aan misschien dat ze bijvoorbeeld bij de VVV of bij zo iets bij wandelroutes financieringsbronnen kunnen zoeken en om mensen dan te laten betalen voor het landschap. En dan dat ze één euro extra betalen voor Stichting Kostbaar Salland en dat je waarschijnlijk daar moet zoeken in plaats van direct aan de toerist. Ja. Nou ja goed dat je op allerlei momenten dat een soort beleving is bij het landschap dat er dan bijvoorbeeld wandelroutes zijn en dat je bijvoorbeeld in een restaurant iets nuttigs nadat je de hele dag fantastisch gewandeld hebt in het landschap, en op dat moment dat je iets extra's doet.

2.13 Potentiële financieringsbronnen > MVO

Misschien in het doorontwikkeling van het maatschappelijk verantwoord ondernemen in de agrarische sector. Je ziet dat en dat zie je ook steeds meer dat er toch wat milieubewuster en diervriendelijker wordt geproduceerd, dat wordt ook wel afgedwongen door de consument. Zo kan het ook door ontwikkelen van meer biodiversiteit in het landschap, dat kan ook aantrekkelijke factor kunnen zijn.

7.4 Potentiële financieringsbronnen > MVO

Hebben jullie een soort oplossing die creatief is bedacht of zijn jullie daar nog bezig? Wij hebben een heel huis, een hele manier van leven, het zit zo in elkaar bijna. Het zijn woningen. Om ooit in aanmerking te komen voor subsidie moeten ze ruimte maken. Maar de wijze waarop ze de huizen verwarmen met leenmuren. Creëer je warmte dus het werkt gewoon goed. De wijze waarop men kookt. Met stoken van hout ook uhm in ieder geval de wijze van stoken dus oké, maar ook dingen zoals. Ook Zonnepanelen ofzo? Die hebben ze ook zonnepanelen, maar ook. Een dak en er groeit van alles op. Maar dan is er een keuze gemaakt om flauwe hellingen te hebben, maar het dak steekt dan een eind over de muur. En het is puur van in de zon heb je dan niet dat de zon naar binnen schijnt. Dan blijft het mooi koel ja. In de winter kan de zon dan wel naar binnen schijnen. Het is dus simpel en effectief. En gaan jullie mensen overtuigen om ook zo'n huis te bouwen of laten jullie het zien? Ja, bij ons kan iedereen altijd terecht. Daar kunnen wij informatie geven over hoe wij alles gedaan hebben. Hoe zij de dingen kunnen veranderen. Dus ook de kleine dingetjes.

7.5 Potentiële financieringsbronnen > MVO

Ja ik zat zelf, want ik heb niet heel veel verstand van duurzaam bouwen, maar in het kader van het initiatief van platform hebben wij ons bezig gehouden met duurzaam voedselproductie. En er is één of andere, vorig jaar was er één of ander natuurfest in Heeten en die is er jaarlijks en daar hebben wij gevraagd of wij daar aan mee konden doen met onze eigen lokale duurzame voedsel. Wij hebben een keuze gemaakt om soort van waaier te maken van allerlei verschillende vormen van landbouw. Dus van

bijna antroposofisch achtig, vorm van landbouw, ook duurzaam en je kunt in de moderne landbouw ook heel erg duurzaam zijn. Je kunt heel grootschalig, modern en toch op een bepaalde manier duurzaam zijn. Modern is een begrip waar je veel kanten mee op kan, maar en al die verschillende vormen die hebben, die hebben wij ook beschreven en zijn stukken van in de krant gekomen enz. Dit met de bedoeling dat het lokaal of regionaal een voorbeeld bij hebben. Wij hebben een stand bemand op die duurzaamheidmarkt om vooral ook die discussie op gang te krijgen op regionaal niveau en ook om te voor te zorgen dat die partijen die soms heel ver van elkaar afstaan bij elkaar komen. Denk aan traditionele landbouw en meer de alternatieve vorm van landbouw om die veel meer bij elkaar te brengen. Om elkaar ook te evalueren en stimuleren en om te kiezen in oplossingen. Via deze weg kunnen ze van elkaar leren. *En gebeurt het ook veel? Duurzaam, dat de boeren ook duurzaam te werk gaan?* Ja wel, daar is nog wel een discussie over of je dan die traditionele landbouw die zich noodzakelijkerwijs zich wel moet houden aan alle regels. Ik bedoel een gewone boer waar die al niet aan moet voldoen om überhaupt te mogen produceren. Je zou ook kunnen zeggen alles wat precies doen volgens die regels dan zijn ze duurzaam bezig volgens de overheid. Ze moeten duurzaam kunnen produceren en dan zeggen de anderen dat is geen duurzaamheid, dat is lang niet ver genoeg. Je moet nog veel verder, maar toch moet je ook wel respect hebben voor het feit dat ~~uhm~~ die regeerders de huidige boer zo gedwongen heeft om allerlei aanpassingen te verrichten om in ieder geval een stuk beter te produceren dan lang geleden. Ik bedoel de efficiency van mest die is echt aanzienlijk toegenomen doordat je nu alleen op het goede moment de mest uitrekt en op een goede manier met geavanceerde technieken en dat voorkomt heel veel verspilling.

1.22 Potentiële financieringsbronnen >Betrokkenheid landschap

Ja, je kunt bij de boer tour de boer gaan doen? Ja, maar daar krijg je niks van terug. De vraag is hoe duurzaam het is. Als de boer zeg ik doe één keer mee en daarna niet meer. Dus als je het duurzaam wil doen dan werkt het niet. Wij werken met een systeem van dat wij een soort van trap hebben. Het begint met latente betrokkenheid. Dus mensen die voelen dat het belangrijk is, zijn echt betrokken bij het landschap. Tot en met wat kan ik dan doen voor het landschap/handelsperspectief. Ik wil wat doen voor het landschap/ ik blijf altijd wat doen voor het landschap. Dus weet je, die lijn denk je al snel aan. Maar je zit al heel snel te denken wat kunnen mensen doen voor een landschap, maar als ze zich niet betrokken voelen houdt het al snel op.

3.10 Potentiële financieringsbronnen >Betrokkenheid landschap

Ja. En ik had het er laatst ook over bij mijn presentatie. Je kunt bij een boer iets ontwikkelen. Je hebt bijvoorbeeld 'Tour de boer', of buiten koken op de boerderij. Dus dan moet deze ondernemers het ook willen. Maar waarom zou hij iets van zijn inkomsten aan Stichting Kostbaar Salland willen geven; voor het landschap natuurlijk. Nou ~~uhm~~ de boeren willen zelf het landschap onderhouden, dus een deel kunnen ze zelf doen en een deel vergoed krijgen. Je hebt nu ook de buurtaanpakken. De afgelopen jaren zijn de groen blauwe diensten collectief ingezet, dan krijg je ook een buurt enthousiast. Als bijvoorbeeld de ene boer zegt ik wil die boom kappen dan zegt die andere dat kan niet. Zo krijg je meer samen denken rondom die landschapselementen.

2.22 Potentiële financieringsbronnen >Vrijwillige bijdrage

Ja, en bijvoorbeeld een vrijwillige bijdrage vragen via ondernemers, dat is een mogelijkheid. Ziet u daar een kans in? Ja, dan moet je wel het goede verhaal vertellen en welke ondernemers doel je daar dan op.

Zijn dat de... *De horecaondernemers vooral denk ik. Daarmee zie je het vaak gebeuren. Of bijvoorbeeld bij een bos vragen naar een vrijwillige bijdrage. Omdat de natuurliefhebber vaker bereidt, schijnt te zijn.* Maar een natuurliefhebber is misschien al lid van een natuurmonumenten- of wandelgroeporganisatie en daar betalen ze ook jaarlijks een bijdrage voor of geven ze een donatie. En we moeten kijken als Stichting Kostbaar Salland daar werkelijk waar iets mee wil doen moeten ze zich op één of andere manier onderscheiden. Ja, zeg maar, dan moet het unieke van Kostbaar Salland naar mijn idee meer naar voren komen. Wat is dat dan en wat onderscheid Kostbaar Salland dan van ten opzichte van bijvoorbeeld een grote organisatie als natuurmonumenten.

5.11 Potentiële financieringsbronnen > Vrijwillige bijdrage

Wat zijn kritische succes- en faalfactoren voor Onze Waal, betreffende het benutten van verdienmogelijkheden (en dan eigenlijk vanuit het vrijetijdsgebruik). Uhm hoe bedoel je vanuit het vrijetijdsgebruik? Vragen jullie iets voor het landschap, of jullie inkomsten verhalen uit het vrijetijdsgebruik. Wat wij graag willen is dat wij steun krijgen van mensen die zich vrienden van Stichting Onze Waal gaan noemen. En dat wij ook van gemeentes wat geld toe krijgen om onze kleine organisatie in leven te houden. Wij doen het nu allemaal op vrijwillige basis. We hebben 1 jaar geld gekregen van de provincie. Maar nu zeggen ze dat we op eigen benen moeten staan. Dit vind ik een grote fout. Ze willen zelf een beleving toevoegen aan het landschap. Het eerste jaar krijg je een bedrag en tweede jaar eigen benen. Maar dit gaat veel te snel. Je moet ergens je geld vandaan halen. Ik vind dit niet chique van de overheid dat ze vragen je moet het samen met burgers doen, ze moeten maar zelf zien hoe ze aan de middelen komen. Vrijwilligers stoppen er heel veel uren in. Vind dit wel een beetje moeizaam als je het mij vraagt.

6.14 Potentiële financieringsbronnen > Vrijwillige bijdrage

Nee precies, en zoals vrijwillige bijdrages, vragen jullie daar ook na? Of zijn jullie daar nog niet mee bezig? Nee, we hebben de luxe gehad dat we in de regeling zelf die we tot nu toe hadden dat we het niet hoefden te doen. Dus we konden 100 % financieren. We hebben bij twee a drie projecten daar een uitzondering op gemaakt dat mensen wel een eigen bijdrage moesten doen en daar wordt ook niet zo moeilijk over gedaan. Dat hangt natuurlijk ervan af hoeveel je zelf mee neemt. Een bedrag duizend of tien willen mensen zelf wel instoppen als daar een mooi bedrag tegenover staat. Een eigen bijdrage vind ik en zou ik ook best wel goed vinden en ik weet ook wel dat ze er voor openstaan. *Oké, en bij welke projecten hadden jullie een soort van eigen bijdrage gevraagd?* Nou, we hebben op een landgoed. We hebben nou een plas uitgebaggerd. En daar zat qua ecologie een hele dure kostpost aan vanwege de modderkruiper. Het wat gezegd we willen hier wel mee verder gaan maar het is een dermate dure opdracht of klus dat we toch een eigen bijdrage vragen en dat was ook verder prima. En uit mijn hoofd nog één of twee dingen, maar die heb ik nu even niet scherp. Maar op het landgoed ging dat vrij makkelijk.

3.8 Potentiële financieringsbronnen > Naamsbekendheid

Wat Stichting Kostbaar Salland moet uitdragen is dat zij hebben gezorgd dat ze geld hebben verzameld voor die bosjes en aanleg. Maar dat weten veel mensen niet. Alleen de beperkte groene groepjes die dat weet. *Eigenlijk is het de naamsbekendheid gewoon.* Ja is nihil. Maar daar kun je ook eigenlijk nu nog niet financiering voor zoeken. Om dat te doen zou je het moeten verbeteren. En zo'n stichting is natuurlijk heel klein bestuurtje. Maar eigenlijk zouden ze actieplan toerisme en promotie moeten

maken. Ik denk wel is, ik heb er niet heel veel kennis over maar bijvoorbeeld naamsbekendheid vergroten. Je kunt bijvoorbeeld ook van die groene fietsen met Stichting Kostbaar Salland erop. Ze willen het niet zelf uitvoeren. Maar dat is gewoon een aanschaf. En dan geld vragen voor die fietsen. Het is een kleine inkomstenbron maar het kan een verdienmodel zijn.

5.14 Potentiële financieringsbronnen >Naamsbekendheid

Jullie hebben al wel een grote naamsbekendheid maar dat komt denk ik door de projecten die lopen? Ja uhm we doen grote projecten, als je kleine projecten doet, we hebben drie krachtige thema's en daar proberen we het mee, en daar zien wij wat in en daar hebben we best goed over nagedacht wat zijn de aansprekende thema's. En dat is ook 1 van de kenmerken van marketing dat die altijd over de kern moeten gaan de rest komt er wel bij. Niet te veel boodschappen maken. Als je zegt we hebben een uniek landschap, en we hebben een cultuurhistorie waar je u tegen zegt en we willen ons toespelen op duurzaam toerisme. En als je daar een taal op ontwikkeld met mooie foto's dan bouw je dat uit en dat is wat wij willen.

7.10 Potentiële financieringsbronnen >Naamsbekendheid

Dus dan moet je ook wel weer wat terug doen. Dus bijvoorbeeld mensen daar naar toe brengen. Stichting Kostbaar Salland Marketing ofzo. Ja. En echt sponsoring van heel veel recreatieondernemingen die rechtstreeks betrokken zijn bij het landschap een bijdrage willen leveren, maar dat gaat niet bepaald vanzelf. Dus daar moeten ze eerst worden over ingelicht worden? In de algemeenheid met sponsoring is het natuurlijk zo dat het op de één of andere manier op de bedrijven moet afstralen zodat die zich ook inzet voor landschap en natuur. Voor het imago. Ja, in zijn algemeenheid met sponsoring en daar zal je de laatste tijd mee te maken hebben gehad. Geld met sportevenementen en heel veel sponsors die doen wel wat want ze vinden dat ze het niet kunnen maken dat ze niet iets doen. Dus bang voor diegene die hem vraagt. Maar toch iedereen die komt wel, maar vooruit dan doe ik dat ook wel weer. Er zijn er echt weinig van die echt iets hebben van hé met deze sponsoring kunnen wij een imago omhoog houden en we gaan het uitbuiten en dat we mede verantwoordelijk zijn voor het boerenlandschap en de natuur en we vinden dat de mensen het kunnen zien en dat ze ook naar ons kunnen komen.

En hoe zou je dit dan zien? Dat ze sponsor zijn van Stichting Kostbaar Salland en dat ze bekend worden? Ja, dat is al vaker gezegd. Stichting Kostbaar Salland die zou misschien ook letterlijk meer aanwezig of afbeeldingen zijn aanwezig kunnen zijn bij de recreatieondernemers. Dat het heel nadrukkelijk op het moment dat mensen binnenkomen dat ze kunnen zien wat is het en het samenwerkingsverband zien tussen deze recreatieondernemer en Stichting Kostbaar Salland. Als Kostbaar Salland dat weer in haar uitingen laat weten dan zouden in principe iets kunnen ontstaan.

7.12 Potentiële financieringsbronnen >Naamsbekendheid

oké. En doen jullie ook folders bij de mensen in de bus. Toen met dat evenement wel denk ik? Ja, met dat evenement wel. Toen hadden wij ook een speciale samenwerking met Salland Centraal en daar hebben we geld voor betaald, van die 750 euro, flink deel, zodat we eerst op de site mochten met stukjes van ons en later mochten wij met twee pagina grote rubriek in dat blad Salland Centraal staan. Dit gaat naar 10.000 deur aan deur en zo hebben kennis verspreid ja. Toen kwamen er wel veel mensen op af? Uiteindelijk gaan mensen naar de natuurfair en we hadden die duurzaamheidmarkt op

de natuurfair en toen was het de hele dag gezellig druk. En hoeveel mensen zijn er in totaal geweest uhm ongeveer 7 tot 8 duizend. Andere jaren waren er wat meer maar het had heel hard geregend. *Met evenementen gaat het dus ook wel hard met naamsbekendheid.* Nou goed, we zijn nog niet zo'n bekende naam.

4.8 Potentiële financieringsbronnen >Streekrekening

En heeft u hier een oplossing voor? Heeft u een ervaring mee waar dit wel goed is mee gegaan?

Er zijn kleinschalige oplossingen waarbij wel bijdrage kan ontvangen worden van de consumptieve recreanten. Dan moet je denken in de sfeer van bijdrage via een omweg zoals een fonds of een streekrekening, of een andere weg via parkeergeld. Via op gelden van producten, streekproducten die gekocht worden dat soort zaken. Ja, en in hele grote zin, moet ik zeggen dat, in heel groot verband dat uiteindelijk die recreant mee betaald via de overheid. Maar dan is het minder direct en gericht. Dus ik vind eigenlijk dat je dat niet zo zou moeten zien. Dat is toch een andere vorm.

4.10 Potentiële financieringsbronnen >Agrariërs

Ja, en als je kijkt naar agrariërs daar heb ik het over gehad met de opdrachtgever stel dat een agrariër een concept ontwikkeld zoals 'Tour de Boer' en hij voert het ook uit, want Stichting Kostbaar Salland heeft geen uitvoerende rol wat dat betreft. En waarom zou die boer dan geld willen afstaan aan Stichting Kostbaar Salland?

Ja kijk, Kostbaar Salland kan natuurlijk het landschap afstemmen en coördinatie en kan in die zin een meerwaarde creëren door meerwaarde te verzamelen en effectiever te bestrijden. Daarmee is het voor die boer natuurlijk wel een kwestie van dat hij zijn geld aan een partij moet afstaan. Maar de meerwaarde is zeker dat je het regionaal, lokaal en op beperkt schaalniveau houdt, dan is het toch heel duidelijk zichtbaar te maken. Dat zou een boer aantrekkelijk moeten vinden.

4.12 Potentiële financieringsbronnen >Agrariërs

Wat zijn de kritische succes- en faalfactoren van landschappen.nl met het benutten van verdienmogelijkheden? Een kritische factor is in ieder geval het eigenaarschap van landschap en gronden. Dat betekent dat ook als ik over landschap praat, ben ik niet direct diegene die hierover gaat. Dat is in feite de grondeigenaar. De kritische factor is toch de eigenaar van de gronden, dat zijn vaak toch de boeren hierin mee te krijgen. Dat moet, kan niet anders, op basis van vrijwilligheid en verleiden. Dat kan je niet afdwingen. En verleiden kan je doen met geld, maar ook met enthousiasmeren en verantwoordelijkheid laten nemen. Dat is denk ik de belangrijkste kritische factor om dit tot een succes te maken.

6.10 Potentiële financieringsbronnen >Agrariërs

Ziet u daar ook succes- en faalfactoren of loopt u tegen problemen aan? Nou we zijn met twee dingen bezig, dat is uhm iets wat verder van de vrije tijd afstaat; de agrarische sector waar we verdienmodellen aan het ontwikkelen zijn. Waarbij we heel nadrukkelijk stellen op het moment dat wij een project kunnen starten waarbij je als agrariërs financieel beter van wordt dan vragen wij een gedeelte van dat rendement terug voor in het gebiedfonds coöperatie om daarmee projecten te kunnen ondersteunen op het gebied van recreatie natuur en landschap. Om daarmee het landschap intact te houden en daarmee de kwaliteit kunnen borgen. Dat is iets waar wij heel druk mee bezig zijn en de

resultaten zijn nog niet zodanig dat je zegt dat het gaat lukken, maar wij hebben nu wel een groot profijt, dat aangehaakt zijn ook in de projecten en daar deels voor betalen.

7.7 Potentiële financieringsbronnen >Agrariërs

Ja, ik ben ook op zoek naar mogelijkheden, maar je valt elke keer weer terug op de bestaande mogelijkheden. Dat is wel echt moeilijk ja. Wat betreft de kritistische succesfactoren. Je moet niet denken, en dat denken heel veel boeren, ja dan gaan we nu de keuze maken om over een andere boeg te gooien. We gaan geen boer meer zijn, maar gaan recreatie doen. Dan gaan we op net zo'n manier bedrijfsvoeren als dat we toen deden. Hetzelfde manier van denken en dan gaan we heel hard werken en dan moet het zelf allemaal goed komen. Zo werkt het dus niet meer. Dus je moet echt iets hebben. Je moet een soort gastheer zijn, je moet iets ontspannens over je hebben, of hoe je het ook wil zien. Maar die ene heeft het wel, maar die ander doet nog zo zijn best, ik heb het zo horen zeggen van die ondernemers die zeggen ik doe nog zo mijn best en werk zo hard het is niet eerlijk en toch vind niet iedereen fantastisch leuk wat ik doe. Dus dat is de manier van doen en denken en die moet echt anders. Het is gewoon iets heel anders. Als je op gasten richt is het heel anders dan dat je op zo'n efficiënt mogelijke wijze voedsel te produceren. Dus dat is een heel groot verschil.

3.14 Potentiële financieringsbronnen >Evenementen

Ja, oké en in het toerisme welke doelgroep is denk je het meest geïnteresseerd in Salland? De wat meer vrijetijdsgebruikers denk ik. De doelgroep van Salland. Zouden ze zich op jong moeten richten, dus meer op sporten? Ja, dan moet je aan andere combinaties gaan denken. Wat ik nu zie is beetje gericht op Salland zelf. De wandelvierdaagse, de fietsroutes en ik hoorde in Raalte zeggen dat er 142 evenementen zijn in het jaar, alleen in Raalte al. Rich en blues, stoppelhaar en dat soort dingen. Wil je jonge mensen aantrekken en als die hier komen dan komen die als ouderen ook weer terug als je goed aangepakt hebt. Als je kijkt, dat is een mooi verschil te zien tussen Zwolle en Deventer. Zwolle heeft vrij veel evenementen waar de jeugd op af komt. En Deventer heeft Charles Dickens en kijk ik heb natuurlijk een 22 en 18 jarige als kinderen, maar die gaan naar festivals in Zwolle. Wij zitten daar in Salland tussen die twee steden in en wat kan je daar allemaal bieden. Adventerous dingen, dat moet je dan gaan verzinnen. En dat zou dan niet echt over het landschap kunnen gaan. Nee, dat zou iets over het kanaal zoals waterskiën. Dat is allemaal ook maar zo beperkt. Of een boot waar betaald wordt. Ja, over de IJssel, dat kan ook nog. Dat zou kunnen, maar dan moeten er wel ondernemers zijn die daar op willen inspringen. Ja, die ondernemers moet dat dan weer aanspreken. Als je het hebt over de centrale doelgroep. Ik denk dat je dan toch op die fietsers en wandelaars moet richten. Mensen die van rust en ruimte houden. Van lekker eten, de Bourgondiërs.

4.18 Potentiële financieringsbronnen >Evenementen

En wat houdt dat precies in? De natuurwerkdag is iets wat we samen ook met anderen beheerders en lokale organisaties organiseren waarbij we mensen uitnodigen om aan kennis te maken met het vrijwillig landschapsbeheer om eens een keer uit te proberen wat het is om wilgen te knotten, riet te maaien of bomen te snoeien en dat soort zaken. En dat heb ik het over enkele honderden locaties op die dag waarbij er activiteiten georganiseerd worden.

5.6 Potentiële financieringsbronnen >Evenementen

Die bomen worden gepland door de mensen die meewerken met jullie of toeristen? Ja, we maken er een evenementje bij met scholen bijvoorbeeld. Ergens in een dorpje in Neerwijde, dat een heilige eik gaat planten, als gerechtsboom van de Germanen, en daar word een verhaaltje gemaakt en scholen bij betrokken, tekeningen en een bord bij neergezet, mensen bij betrekken.

7.14 Potentiële financieringsbronnen >Evenementen

We hebben natuurlijk ook dat soort met veilingen enz. met landschapsveilingen. Het is een hele creatieve vorm. Het is ook nog een sfeertje en daar worden allemaal ondernemers voor uitgenodigd en dan worden er allerlei dingen aangeboden. Bijvoorbeeld het onderhoud van een laan en daar kan je voor bieden. En het werkt en kan hartstikke goed werken. Maar dan moet je een moment en een sfeer te pakken hebben en het kan goed werken. Je moet goede mensen hebben die dat begeleiden enz. De Triple A club.. ik ben even de naam kwijt moet ik even nadenken. Die hebben dat georganiseerd en dat is in de buurt van Nijmegen en was een groot succes geweest. In Noorderstrand hebben ze het geprobeerd en in Marderboeren weet ik niet meer zoveel van. Als het nieuwe er een beetje vanaf is dan zakt zoiets wel als een pudding in elkaar, maar goed eenmalig is een keer. Een dienst van het landschap, de natuur kan zijn het mooie uitzicht dus he. En een horizon zonder storende elementen. Nou iemand kon dat kopen zo. Hij moest er dan voor zorgen en kreeg de verantwoordelijkheid om ervoor te zorgen dat daar geen storende elementen in zicht zouden worden gebouwd, maar ik weet ook niet zo goed hoe je dat kunt afdwingen enz. Dat wilde dat bedrijven daarvoor betalen.

4.20 Potentiële financieringsbronnen >Waterschap

En heeft u nog aanbevelingen of tips voor Stichting Kostbaar Salland op het gebied van samenwerkingen of financieringsbronnen? Eén tip is misschien waterschappen. Er gaat heel veel om in het waterbeleid. Het waterbeleid is toch belangrijk en daar zit in mijn inziens ook wel mogelijkheid voor wat extra ruimte voor financiering. Dus probeer projecten te initiëren die een link hebben met water. Dat is misschien wel een kans die je zou moeten omarmen.

5.15 Potentiële financieringsbronnen >Waterschap

Jullie hebben ook met de Waal rivier te maken, ik hoorde van een vorig interview dat er een kans ligt bij waterschap. Wat voor concepten doen jullie met water? Nou ~~uhm~~ wij zijn ook vertegenwoordiger in de Speedo-groep Onze Waal, en uhm dan zijn we betrokken met wat er allemaal met water en veiligheid ontwikkeld word. Dan zetten we ons in voor rivierwater en hoe we vanaf de rivier het landschap kunnen bewonderen, dat zijn niet dingen waar we ons direct mee bemoeien, dat zijn meer projecten die op plaatselijk niveau worden uitgevoerd, steigertjes waar je met je boot kan aanvaren. Wat we wel kunnen doen is, we hebben zicht op wat allemaal gebeurd.

6.16 Potentiële financieringsbronnen >Waterschap

Ja, en uit een gesprek, een ander interview, kwam er uit dat stichtingen ook wel een financieringsbron kunnen vinden als je gaat samenwerken met waterschap. Zijn jullie daar al mee bezig? Het enige dat wij met het waterschap is een groot weidevogel contract en moesten compenseren voor de aanleg van een nevengeul Bij Schelle Oldeneel, ten westen van Zwolle, maar dan zit je een beetje in de rol van het waterschap als opdrachtgever en de SPLIJ als opdrachtnemer. Maar goed dat heeft uit mijn hoofd wel een 200.000 euro opgeleverd wat je langjarig kan inzetten voor weidevogel beheer. Dat is zeker een kans, maar dan word je als stichting ook. Dan word je een uitvoerende opdrachtnemer in feite. Anders

dan dat je vanuit de provincie een zakje met geld gehad hebt en dat mag je zeg maar uitdelen. Nu was het meer, nou ja we krijgen een opdracht vanuit het waterschap om voor hen iets in te vullen en dan worden we vervolgens beloond voor wat we vervolgens kunnen doorzetten naar de agrariërs die dat weidevogel beheer doen. *Maar dat uitvoerende was voor de stichting geen probleem verder?* Nee, dat kon ik doen dus dat was geen enkel punt haha. Had ik weer een mooie opdracht te doen.

6.21 Potentiële financieringsbronnen > Biomassa

Wat zijn mogelijkheden en aanbevelingen voor Stichting Kostbaar Salland op het gebied van financieringsbronnen of samenwerkingen? Heeft u tips? Waar u toevallig mee bezig bent of? Nou ik denk dat je in Salland meer aan biomassa zou kunnen doen. Met de biomassa hebben we dat zelf voor de IJsseldelta al eens doorberekend, maar we kunnen niet aan genoeg houtachtig materiaal komen om daar een goed verdienmodel op los te laten, dus ik denk dat Salland dat wellicht wel kan. ~~Uhm,~~ en verder ik weet niet zo goed hoe de structuur er in Salland uit ziet of daar ook een overkoepelende organisatie of gebiedscoöperatie is waar ze mee kunnen samenwerken.

6.22 Potentiële financieringsbronnen > Rente-inkomsten

Oké, ja en wat je zou kunnen doen is rente-inkomsten die vrijvallen als cofinanciering inzetten om externe middelen binnenhalen. Wat je vaak bij fondsen en subsidiepotjes ziet is dat je cofinanciering moet hebben. Dus je moet als partij die een bepaald projectvoorstel inziet en die vragen je zegt maar geld aan dan zegt de provincie of de gemeente of wie dan ook ja wij willen wel zoveel procent geven, maar dan moet je er zelf geld bij doen. Je zou als Stichting Kostbaar Salland, maar dat geldt ook voor de SPLIJ kunnen we jaarlijks geld beschikbaar stellen als cofinanciering voor projecten. Waarmee je toch weer wat makkelijker nieuw geld binnen haalt. Dat zou misschien wel een optie zijn. Maar verder vind ik het wel moeilijk. Dat zal ik eerlijk zeggen. Wij zitten als SPLIJ ook met die vraag van hoe we gaan met de toekomst verder en ik weet dat Kostbaar Salland daar ook over aan het denken is.

Interviewtranscript focusgroepgesprek: Lindsay Ehringfeld

Interview met:

Dhr. Hens Runhaar: hoogleraar 'Beheer van biodiversiteit en agrarisch landschap' aan Wageningen Universiteit.

Dhr. Dirk Strijker: Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen aan de Rijksuniversiteit Groningen

Dhr. Harry Ten Have: Eigen groenadviesbureau Ten Have

Mw. Gerdien Kleijer: Projectleider Natuur & Milieu, omgeving Utrecht

Mw. Astrid Bennink: Landschapsarchitect

Interview door: Lindsay Ehringfeld

Datum: 1 september 2016

Interviewer wordt aangeduid met 'interviewer' voor de kantlijn: de respondenten worden bij naam weergegeven (inclusief 'Dhr.' Of 'Mw.').

Introductie: Goedenavond allemaal welkom bij mijn focusgroep overleg voor mijn afstudeerwerkstuk met als opdrachtgever Stichting Kostbaar Salland. Ik heb jullie uitgenodigd om te discussiëren over de gevonden verdienmodellen uit mijn desk en veldonderzoek en om nieuwe mogelijkheden aan het licht te brengen en aanvullende mogelijkheden voor Stichting Kostbaar Salland te bespreken. In mijn onderzoek gaat het om kwalitatief onderzoek. Ik ben tijdens dit focusgroep gesprek op zoek naar uiterst persoonlijke gevoelens en ideeën over verdienmodellen uit het vrijetijdsgebruik voor landschapsbeheerfondsen. Er bestaan geen juiste of foute antwoorden. Van te voren wil ik u vriendelijk verzoeken om te proberen om niet door elkaar te spreken en elkaars meningen te respecteren. Bij deze wil ik nogmaals vermelden dat het gesprek zal worden opgenomen voor de totstandkoming van mijn afstudeeronderzoek.

Stichting Kostbaar Salland vergoedt duurzaam beheer van landschapselementen aan grondeigenaren in de Sallandse regio (groene diensten). Grondeigenaren die deze landschapselementen willen onderhouden kunnen zich voor 21 jaar verzekeren van een jaarlijkse vergoeding van Stichting Kostbaar Salland. Naast fondsbeheer wil zij activiteiten gaan ontplooiën om nieuwe financieringsbronnen aan te vinden waarmee geïnvesteerd kan blijven worden in het behoud van het landschap. De huidige inkomstenbronnen voor Stichting Kostbaar Salland zijn: gemeentelijke subsidies, provinciale subsidies en de streekrekening. De hoofdvraag van mijn onderzoek luidt: Hoe kan Stichting Kostbaar Salland nieuwe inkomsten genereren uit het vrijetijdsgebruik van het cultuurlandschap in Salland door toeristen/recreanten om daarmee hen een bijdrage te laten leveren aan het behoud en beheer en inrichting van dit attractieve cultuurlandschap?

Om deze hoofdvraag te beantwoorden heb ik zowel desk- als veld onderzoek gedaan. Uit deze onderzoeken zijn een aantal mogelijkheden gekomen die ik met u in de focusgroep zou willen bespreken en aanvullen.

-  Buiten bewegen
-  Gidsen en routes
-  Plattelandstoerisme

- ✚ App's met beleving
- ✚ Landschapsevenementen

Hoofdvraag voor het focusgroepgesprek: Wat is de mening van experts gekeken naar de verkregen onderzoeksresultaten uit het Desk- en veldonderzoek?

Ook kwamen er belangrijke waarden naar voren in het veldonderzoek. Deze zal ik jullie in het verdere gesprek vragen om aan te vullen.

- Betrokkenheid landschap
- verbinden van mensen
- persoonlijk contact
- authenticiteit
- klantenbinding
- naamsbekendheid

Interviewer: Ik wil graag beginnen met een kleine voorstel ronde, zou u willen beginnen meneer Strijker?

Ja hoor, goedenavond allemaal ik ben Dirk Strijker hoogleraar plattelandsontwikkeling in Groningen, en ik zit nog op me werkkamer.

Goedenavond, ik ben Gerdien Kleijer, projectleider bij Natuur en Milieu. Voedselproductie houd ik me mee bezig. En hiervoor werkte ik bij LTO. Doe allerlei dingen in het buitengebied.

Ik ben Hens Runhaar hoogleraar in Wageningen op het gebied van biodiversiteit en agrarisch landschap en in Utrecht werk ik op het gebied van milieubeleid.

Mijn naam is Astrid Bennink, Ik ben opgeleid en werkzaam als landschapsarchitect en ik werk op dit moment voor H&S landschapsarchitecten. Het is een vrij groot ontwerp bureau in Nederland.

Verschillende projecten, we werken voornamelijk voor overheden. Doen wel eens onderzoeksprojecten en studies die erop lijken waar jij mee bezig bent. Kan ik straks wel iets over vertellen.

Goedenavond allemaal ik ben Harry ten Have en ik ben directeur eigenaar van een adviesbureau. Een kleinschalig buro. Daarnaast ben ik raadslid van gemeente Salland. Met name binnen Salland zijn we bezig met nieuwe ontwikkelingen op het platteland en transformaties. Wij ontwikkelen en proberen ideeën verder te brengen daarin zijn wij vaak procesbegeleider.

Focusgroepgesprek vragenlijst

Interviewer: ik ga beginnen met mijn vragen. Wat maakt een landschap aantrekkelijk voor u meneer Runhaar?

Dhr. Runhaar: Als we het over agrarische landschappen hebben. Ik houd van kleinschaligheid, van natuur. Afwisselende landschappen. Ruiken horen zien, het hoeven niet hele bijzonder natuur te zijn, geen groene woestijnen, iets waar nog iets te zien is van de mooie landschappen van vroeger. Ik kom zelf uit Twente en de landschappen zijn nog mooier dan ik Salland. Nee maar de verwevenheid tussen landbouw en natuur dat vind ik mooi.

Interviewer: Als we het over landschapsbeleving hebben een beleving begint met de waarneming van het landschap. Deze waarneming roept een bepaalde ervaring op aan de hand van deze ervaring wordt er een waardering aan de ruimte toegeschreven. De zintuigen spelen hierin een belangrijke rol, wanneer zintuigen worden geprikkeld ontstaat er een beleving. Voor de intensiteit van de beleving is het belangrijk dat de persoon in kwestie betrokken raakt bij een gebeurtenis hierdoor zal een blijvende indruk opgedaan worden. Wat is volgens u een optimale landschapsbeleving? Wat voor beleving zorgt voor zoveel toegevoegde waarde dat men ervoor zou willen betalen?

Dhr. Runhaar: Ja dat is een lastige. De koppeling met het betalen vind ik heel lastig. Interviewer: Ja of wat is voor u een optimale landschapsbeleving, mag ook iemand anders op inhaken. Dhr. Runhaar: Ja uhm landschap waar je door alle seizoenen heen kan fietsen, wandelen, Ja uhm dichtbij. Interviewer: En druk of rustig? Dhr. Runhaar: ja, rustig het liefst helemaal alleen.

Dhr. Strijker: dat is natuurlijk buitengewoon subjectief ik ben geboren in een iets grootschaliger landschap en ik vind grootschalige landschappen heel erg mooi, ik houd van fietsen. Maar ik bedoel concreet ik woon tegen de Hondsrugge aan in Drenthe en als de wind niet te hard staat fiets ik graag door Oost Groningen haar grote landschappen. Tegenwind houd mij tegen. Grootschaligheid mag best maar moet natuurlijk wel een beetje behapbaar blijven. Ik heb nog wel een vraag. Er is iets niet duidelijk als het gaat om het verdienmodel. Het is het nou over iets waarmee de stichting geld probeert te vinden voor haar leden en landschapsbeheerders of hebben we het over verdienmogelijkheden voor mensen die dat landschap beheren en die vervolgens met een theetuin of een workshop of een taxi dienst zelf daar geld aan kunnen verdienen. Zonder dat de stichting, ja wel een rol heeft maar dat de bankrekening van de stichting niet intermediair is om zo te zeggen? Gaat het erom dat de stichting voornamelijk geld herverdeelt of gaat het met name ook om mensen die er wat voor doen uit het landschap en dat die er ook wat aan verdienen.

Interviewer: Ze kunnen er wel wat aan verdienen door samen te werken. En dan gaat er een gedeelte naar de stichting. De stichting wil haar contracten uitbreiden behouden en beheren. Meer contractanten werven en groter gaan.

Dhr. Strijker: Daar hebben ze geld voor nodig? Dan gaat het dus primair om verdiensten voor de Stichting. Interviewer: Ja. Dhr. Strijker: Hoe room je allerlei inkomsten bronnen. Interviewer: Ja het is alleen wel echt vanuit de vrijetijd. Dhr. ten Have: dat is aanvullend op de groene en blauwe diensten? Interviewer: Ja, het gaat voornamelijk om de vraag hoe kan je een vrijetijdsgebruiker die normaal gesproken gratis gebruik maakt van landschap waarom en waarvoor zou deze persoon willen betalen, is dit voor een landschapsbeleving of is dat voor een andere mogelijkheid. Dhr. Strijker: ja, oké.

Interviewer: De volgende mogelijkheden heb ik in mijn onderzoeksrapport gevonden in zowel desk als veld research. Mijn vraag is kies twee mogelijkheden die er volgens u uitspringen? Waarom wel en waarom niet dus waarom bent u voor- of tegenstander. Ik zal even de mogelijkheden opsommen:

Buiten bewegen: mountainbike en ruiter routes inkomstenbron vignetten, lessen/natuursporten voor scholen waarbij scholen betalen, kunnen een inkomstenbron voor natuurbezitters opleveren.

Gidsen en routes: Wandelroutes / fiets routes met beleving (waarbij cultuurhistorie en biodiversiteit centraal staat) bijvoorbeeld fietsers kopen routegidsen en de opbrengst gaat naar natuur.

Plattelandstoerisme: (dus het overnachten/koken/activiteiten bij de boer) uniek karakter en onderscheidend vermogen ten opzichte van regulier toerisme zorgt voor een inkomstenbron.

App's: bijvoorbeeld geo coaching het zogenaamde schat zoeken in vorm van een game, de klompenpaden app, routes voor smartphones met QR codes langs de paden met informatie over de boerderijen en omringende natuur.

Landschapsevenementen: landschapsveilingen, bomen planten, fairs, themadagen, wandelevenementen of een natuurwerkdag. Hiermee een grote betrokkenheid bij het landschap worden gecreëerd. Vergroot de naamsbekendheid.

Interviewer: Heeft iedereen kunnen meeschrijven? Welke mogelijkheden zijn ervaring mee en waarom wel en waarom niet? 5 minuten de tijd om twee mogelijkheden eruit te kiezen.

Dhr. Runhaar: Mag ik iets vragen Lindsay, ik ken de context natuurlijk niet goed. Hoe belangrijk zijn deze activiteiten nu? Interviewer: Ja nu hebben ze eigenlijk geen inkomsten nog uit het vrijetijdsgebruik. Het wiel is nog niet uitgevonden. Hoe kun je geld verdienen aan toeristen op een duurzame manier. Wat is toegevoegde waarde. Waar wil men voor betalen met zo min mogelijk tegenstand. Wat zou een inkomstenbron kunnen zijn.

Dhr. Strijker: Ik denk aan de ondernemers en de mensen die er wonen. De meest voordehand liggende inkomstenbron is natuurlijk een hotelovernachting een terras aanbieden aan de recreant. Je noemt er een aantal. En dat vervolgens zo'n stichting probeert een deel van die inkomsten af te romen dat is natuurlijk het meest voor de hand liggende. Dat je een deal sluit met de mountainbike/fietsen verhuurder en dat je een deal sluit met de paardenverhuurder en met de bed en breakfast's in de omgeving. Ja echt om samen te werken met de ondernemers. Ja echt een soort van toeristen belasting ja, een beetje in die sfeer. En dat zijn daar weer voorbeelden van. Waar ben je naar op zoek daar naar? Of is dit niet waar je naar op zoek bent?

Interviewer: Ja om de mogelijkheden die ik heb genoemd uit te voeren is het haast onoverkoombaar dat er zou moeten worden samengewerkt en dat is ook niet een probleem. De mogelijkheden zijn uit mijn onderzoek gekomen en toegespitst welke het beste in Salland zou kunnen werken. Nu is de vraag om deze aan te vullen door u als experts en welke uiteindelijk het best er uit komt voor de stichting. En de samenwerking met ondernemers kwam al naar voren uit de interviews. En of dit nou agrariërs zullen zijn bij het plattelandstoerisme, of sport coördinatoren voor activiteiten om buiten te bewegen dat zal iedere keer verschillend zijn.

Dhr. Strijker: Ja want een logische manier voor mij als toerist is als ik door een landschap wandel en activiteiten onderneem dat ik dan in de avond ergens ga slapen in dat gebied. En op die manier geef ik mijn geld uit in dat gebied. En zou de Stichting hier geld voor kunnen vragen? Niet rechtstreeks, maar die kan het wel van die hotel eigenaar vragen. Omdat het z'n leuk landschap is. Interviewer: En hoe krijg je dan de eigenaar mee.

Mw. Bennink: Je zou bijvoorbeeld iets kunnen initiëren samen met een ondernemer. Die iets willen opstarten. Zoiets doen jullie toch ook samen met de Rabobank streekrekening geloof ik. Interviewer: Ja. Mw. Bennink: Dus op z'n manier.

Dhr. ten Have: volgens mij als we het structureel willen doen dan zullen we gewoon met z'n allen moeten beseffen dat natuur en in stand houden van landschappen heel belangrijk is. Dan ben ik het wel met Dirk Strijker eens. Dan zou je het bijna moeten doen met een algemene heffing. Regionaal. Een hond wil bijvoorbeeld ook iedereen hebben maar hondenbelasting betalen niet. En dan wil je het allemaal individueel regelen bij appjes te betalen en weet ik veel wat allemaal. Of heffingen vragen dan schat ik in dat het allemaal niet gaat lukken. Ik denk dat ze zelf moeten zeggen van wat is het ons

waard en dan in algemene zin. Interviewer: Ja. Daar zie ik dan de basis. De houding moet veranderen om te kunnen komen tot een verdienmodel die structureel is. Anders is het allemaal kwartje hier en een kwartje daar.

Dhr. Runhaar: ja nou ik ben het er deels mee eens, we hebben het natuurlijk over collectieve waarden. Die moeten met publieke middelen moeten worden betaald maar aanvullend zou best wel iets aanvullend aan privaat kunnen financieren. Bijvoorbeeld zijn nu de vogelbescherming met een campagne bezig voor het behoud van de weidevogels. Grutto, Kieviet etc. gaat het heel slecht mee. Ze hebben nu eindelijk een aantal boeren gevonden die met hun meegaan. En hebben nu een badproduct in de markt gezet eigen weidemelk. En daar in krijgt de boer 2 cent per liter extra voor bescherming van weidevogels, niet alleen weidevogels maar dat is ook gewoon landschapsbeheer want het landschap blijft hiermee mooi en dit is aanvullend op z'n algemene heffing vind ik.

Dhr. ten Have: Als je het zo per incident kan regelen en via 10 boeren die mee doen is goed. Maar dat schiet niet echt op.

Mw. Kleijer: ik wil wel een aantal dingen toevoegen wij zijn bezig met uhm beter lever keurmerk met zuivel. Dat doen we met vogelbescherming ook en andere partijen. Ook voor de vogels en kruidenrijk grasland. Dus ik denk dat er meer natuurelementen in de super markt gaat komen. En bijvoorbeeld nationaal heuvelrug heeft een nationale park pas en dit is een initiatief van een vrouw. Hiermee krijg je dus korting op de fietsroute op het kopje koffie en allerlei aangesloten evenementen, en volgens mij probeer ze daarmee de regio te promoten en te zorgen dat mensen er naar toe komen. Ik weet eigenlijk niet precies wat het verdienmodel is. Niet het landschap maar het zou een optie kunnen zijn om te laten zien hoe leuk het daar is. Ik ben zelf bijvoorbeeld donateur van Utrechts Landschap omdat ik dit belangrijk vind. Dit kost me 25 euro per jaar. Niet heel veel en dan krijg ik een boekje met wat er te doen is en leuke wandelroutes. Dit is via automatische incasso, prima zeg maar. Dit zou bijvoorbeeld in Salland beste wel heel goed kunnen werken.

Dhr. ten Have: Heel veel voorbeelden te noemen die uhm maar ik merk allemaal dat ze van korte tijd zijn en niet echt veel geld op leveren om zolen aan de dijk te zetten. Beginnende prikkels die moeten leiden tot een hoger doel een structureel iets. En ik vind het nog steeds jammer dat het eigenlijk allemaal kleine initiatieven zijn die eigenlijk niet helemaal landschap afdekkend zijn. Alleen maar hier en daar. Ik steun ze ook van harte maar ik zie het niet echt als een structurele oplossing. In zijn algemeenheid iemand die bijvoorbeeld naar de sportschool gaat die betaald hier systematisch voor. Dus heel veel mensen die daar in stedelijke gebieden grootschalig voor betalen maar voor het landschap moeten wij allemaal op het platteland hele kleine dingetjes gaan doen en toveren om het landschap in stand te houden. Wat we met zijn allen heel belangrijk vinden, dus als wij het zo belangrijk vinden dan moeten we daar op gemeentelijk niveau op het niveau van Salland op het niveau van Twente daar afspraken met de gemeentes mee kunnen maken op hoger niveau.

Dhr. Strijker: een econoom zegt dan bijvoorbeeld z'n landschap dat heeft te lijden van non exclusiviteit. Je kunt moeilijk mensen uitsluiten van het gebruik of je moet allemaal toegangshekken neerzetten. Dat word wel steeds makkelijker hoor met GPS allemaal een chip in het oor en ze zien precies waar je geweest bent en ze kunnen een rekening sturen. Daarom ben ik ook wel voor z'n gemeentelijke belasting. Daar zit eigenlijk het probleem. Eigenlijk zo'n pasje wat er genoemd word is ook een vorm van de ondernemers een heffing laten betalen. Ik bedoel die ondernemer die geeft korting en die krijgt dus minder geld binnen dan die anders zal krijgen en dat geld dat komt terecht bij

degene die het pasje uitgeeft. En als dat een landschapsbeherende instantie is dan komt het daar dus terecht. Het zou ook een slimme ondernemers kunnen zijn en dan komt het wel bij hem terecht. Maar daar liggen de mogelijkheden maar dan zit je eigenlijk in de heffingen sfeer. We zouden heel anders tegen landschap moeten aan kijken. Maar dit soort dingen, als men dat in Salland wil dan zou je over een jaar die toeristen belasting herdefiniëren. Daar liggen mogelijkheden voor gemeentes.

Dhr. Ten Have: In de nieuwe omgevingswet gaan we hier in Salland samenwerken aan een nieuw bestemmingsplan. En dat noemen we integraal met nieuwe gemeentes bijna op het niveau van Salland. In het bestemmingsplan regel je heel veel en zeg je ook heel veel over het landschap. Maar Het belangrijkste onderdeel eigenlijk van het landschap dus op niveau moet je ook communiceren dat Salland, Salland moet blijven en de diversiteit moet in stand blijven.

Interviewer: Oke bedankt, Uhm de volgende waarden kwamen duidelijk naar voren bij de interviews met experts. Gekeken naar de genoemde waarden waar zou Stichting Kostbaar Salland meer aandacht aan moeten besteden wanneer een nieuw verdienmodel wordt gekozen volgens u? Kies één waarde die er volgens u uitspringt belangrijkste is welke waarde spreekt je het meest aan? Mist er iets in dit rijtje?

Betrokkenheid landschap: Mensen voelen dat het belangrijk is en betrokken zijn bij het landschap tot en met wat kan ik doen voor het landschap en ik wil wat doen. Mensen moeten zich betrokken voelen willen ze zich binden aan het landschap en zich hiervoor inzetten.

Verbinden van mensen: Een kritische succesfactor is het verbinden van mensen. We denken te gauw in technische oplossingen maar de kennis over het landschap moet eerst in zijn aandacht komen bij de ondernemers. Om succesvolle maar ook vooral duurzame relaties aan te gaan is betrokkenheid belangrijk voor zowel de samenwerkingspartners als de vrijetijdsgebruikers.

Persoonlijk contact: kleinschalige en persoonlijke contact met de betrokkenen zorgt voor het duurzaam verbinden van mensen.

Authenticiteit: De authenticiteit en het verhaal wat de koper ervaart bij het product zorgt voor een meerwaarde, een beleving. Door hierbij een percentage voor landschapsbeheer te vragen wordt verwacht dat de consument bereid is om hier iets extra's voor te betalen.

Naamsbekendheid: 'Vrienden van' is een veel gebruikt verdienmodel bij de vele landschapsorganisaties. Uit het veldonderzoek kwam naar voren dat het belangrijk is voor de stichting om duidelijk kenbaar te maken aan een ieder waar zij mee bezig zijn. Vrienden ontstaan immers door bekendheid met.

Zijn er aanvullingen, Mevrouw Bennink bijvoorbeeld?

Mw. Bennink: Je hebt ze eigenlijk allemaal wel op een rijtje en goed bij elkaar. Het is wel heel algemeen. Wat is bijvoorbeeld de authenticiteit in Salland. Recreatie is op zich best wel aan het veranderen het wordt steeds groter, naja dat een mens is niet alleen toeschouwer in het landschap maar draagt ook wel zijn steentje bij en hoe kan je mensen die unieke beleving geven. Dat is natuurlijk waar je in Salland op zoek kunt gaan. Ik denk uniek zijn is ook erg belangrijk sluit aan op authenticiteit.

Interviewer: Welke ervaringen vanuit uw werkveld heeft u met verdienmodellen in de vrijetijdssector?

Mw. Bennink: Ervaringen. Nee niet echt. Wij hebben wel aantal dingen gedaan. We hebben bijvoorbeeld een project gedaan samen met een architect. En uhm zij hebben onderzoek gedaan naar nationale landschappen in Nederland wat elk landschap nou uniek maakt en hoe het ontwikkeld. Dus bijvoorbeeld in het duinen gebied hoeveel duinen zich in stand blijven. Ze hebben voor elke landschap, nou ja voor twee landschappen hebben zij bijzondere verblijfsconcepten bedacht. Wat specifiek is voor het desbetreffende landschap en dat is eigenlijk bijna een kunstwerk eigenlijk. Het is heel bijzonders. Als mensen daar naar toe gaan dan vinden ze dit bijzonder, je verteld echt een verhaal erbij. Dat is volgens mij wel iets waar je geld voor zou kunnen vragen. Een bijzonder verblijfsconcept, maar goed dan heb je het over overnachtingen natuurlijk. En het is ook logisch dat je daarvoor betaald.

Dhr. Strijker: Dat is toch voor de hand liggend dat dat ondernemers ontwikkelen en niet bijvoorbeeld publieke lichamen en dan ga je terug naar de vraag hoe room je nou voor het landschap, het geld van dat unieke concept. Er zijn heel veel voorbeelden van. Dat landschap gebruikt word overnacht word. De kunst is om een deel van dat geld in de publieke pot voor het landschap te krijgen. Daar zijn we ook een beetje begonnen.

Mw. Bennink: Dat concept is in opdracht van Staatsbosbeheer. Die is dat concept zelf aan het opzetten. Is natuurlijk veel grotere stichting. Ik weet natuurlijk niet wat een stichting kan doen. Maar ze zouden wel iets met een lokale ondernemer kunnen opzetten.

Dhr. Strijker: Ja dat raad ik ze dan zeer aan want Staatsbosbeheer en stichtingen dat zijn meestal niet de gedroomde ondernemers om het maar zo te zeggen. Astrid: Nee nee.

Interviewer: De vraag is ook stel dat je een samenwerking aan gaat hoe krijg je ze mee? Hoe krijg je ze mee als stichting zijnde en waarom zouden zij ook iets afdragen aan de stichting. Een respondent uit de interviews vertelde me dat het samenwerken voor de stichting (met ondernemers) een goede oplossing kan zijn om de vrijetijdsgebruikers te bereiken en nieuwe verdienmodellen te creëren. Heeft iemand hier ervaring mee? Wat vind u daarvan en hoe zou deze samenwerking eruit moeten komen zien? Hoe krijg je ze mee? (agrariërs, ondernemers vrijetijdssector)

Dhr. Strijker: Nou, ja heeft die boer er sowieso... bijvoorbeeld bed en breakfast boeren, boerengolf boeren daar kun je natuurlijk proberen met een pasje of een of andere heffing wat geld er vandaan te krijgen.

Dhr. ten Have: In Deventer weet ik het uit me hoofd der word toeristenbelasting betaald. Maar in de bed en breakfast en campings die er veel zijn. Die plattelandseconomie in Deventer heb ik niet goed in beeld het is er wel heel veel en het ontwikkeld zich ook veel maar we hebben het niet goed in beeld. Laat staan dat als ik de wethouder vraag waar besteden jullie de toeristenbelasting allemaal aan. Dan komen geen bestedingen aan het landschap aan de orde maar gelijk subsidies. Maar niet het terugdraaien van de subsidie en de opbrengst van de plattelandseconomie. Ze moeten zich veel beter in beeld brengen in de landelijke economie.

Dhr. Runhaar: exclusiviteit. Landschap is iets waar we allemaal profiteren maar niemand betaald ervoor. De toerisme belasting het middel bij uitzet van de gemeente. Dit is een van de weinige manieren waar je als overheid direct kan sturen op je eigen landschap.

Dhr. ten Have: Even ter verduidelijking hoeveel kamer van koophandel zijn er in het buitengebied van Schalkhaar waar ik woon. Diepenveense landgoed gebieden prachtige gebieden. Maar dat zijn er maar 330. Waarvan elke boerderij die er is is er maar 1 boer de rest heeft van alles verzonnen van breakfast en een advies bureau waar ik zelf 1 van ben. Allemaal fantastische initiatieven die er de afgelopen 10 jaar zijn ontwikkeld, ik heb er nooit voor betaald dat ik hier mag recreëren en hoop 100 te worden. En als ik daartoe verplicht zou zijn dan klinkt het misschien heel naar maar ik zou er niet om verhuizen.

Dhr. Runhaar: Nee. Tuurlijk omdat je er ook geld aan verdiend.

Dhr. ten have: Ja en als we dat met zijn allen doen 1 euro de Nederlander dat is 100.000den euro daar heb ik geen app of geen pasje of moeilijk gedoe voor nodig.

Dhr. Strijker: Ik heb wel een mechanisme nodig om dat geld binnen te krijgen want anders krijg je natuurlijk allemaal van dat free riders gedrag. Zo van mijn buurman betaald wel en mij vangen ze niet. Overigens nog even wat Deventer betreft je zegt het bommelt van de boerencampings en andere overnachtingsmogelijkheden. Ik fiets daar zo nou en dan Deventer ligt een beetje op onze fietsroute naar het Zuiden. We eindigen meestal op de stadcamping van Deventer want daar zitten helemaal niet zo veel boerencampings daar vlak in de buurt.

Ten Have: Dan moet je toch een keer even buurten. Dhr. Strijker: Nou haha, dan staan ze niet op de apps van boerencampings en dat soort dingen. Uiteindelijk eindigen wij meestal op de stadcamping in Deventer.

Ten Have: Nee maar er was nog wel een punt. Kenmerkend van Salland. Die zijn nog niet goed in staat om goed te vermarkten en ook niet in stand te houden. Als je van Salland naar de IJssel loopt dan kom je in een landschap van 3 tot 4 kilometer kom je fantastische verschillende typen landschappen tegen. Maar we vermarkten ze niet goed ondanks is er onderzoek naar gedaan, precies wat Astrid ook zei. Wat zijn die kenmerken en waarom gaan we nou bijvoorbeeld fietsen in Friesland. Ik denk dat we een aantal dingen wel weten maar een heleboel dingen ook niet en daarnaast is het zo als je weet hoe het in stand moet worden gehouden. De boerderijen in Salland kosten klauwen met geld om onderhouden te worden en iedereen zegt het wel maar niemand doet er iets aan. We zijn niet in staat om voor het Sallandse platteland nieuwe architectuur te ontwikkelen of dan wel de bestaande architectuur die zo kenmerkend is te transformeren naar een nieuwe invullen. Want 9 van de 10 boerderijen komt leeg en moet getransformeerd worden naar een nieuw iets. En daar rond om heen ontstaat ook een nieuw landschap want die boer moet er iets nieuw mee doen. Grootschalig en megastallen is ook wel over. We zitten op een keer moment dat we het landschap structureel moeten gaan vermarkten.

Mw. Kleijer: maar hoe komt dat dan dat er kennis en kunde mist hierover?

Dhr. ten Have: Omdat we denk ik Landschap Overijssel en al die stichtingen die zijn afhankelijk van de subsidiestromen. Het ene jaar hebben ze er veel. Maar het is niet structureel. Dan zijn er in 1 x weer grote budgetten voor incidenten landgoederen of nieuwe houdwallen maar even later is het allemaal weer weg. Wij doen is niet structureel het is AD Hoc. En te pieterig en te kleinschalig.

Interviewer: Er is dus te weinig naamsbekendheid als ik u zo hoor.

Dhr. ten Have: Ja het vermarkten moet gewoon veel meer. Nederland is bijvoorbeeld bij uitstek een fiets land en alle Chinezen zouden maar wat graag overal fietsen. Giethoorn is daar een voorbeeld van.

Interviewer: Oke, heeft iemand vandaag in deze focusgroep bijeenkomst nog dingen gemist zijn er aanvullingen en of laatste tips?

Dhr. Strijker: Ik mis een beetje ja je hebt de route sfeer wel genoemd. Er zijn natuurlijk ook in het gebied waar we het over hebben nog al wat doorgaande wandelroutes die moet je goed in de gaten houden daar valt geld in te verdienen. Er staat ergens een natuurtaxi genoemd en er zijn natuurlijk nogal wat van die doorgaande wandelroutes waarbij de mensen op het eind van de dag graag weer terug willen naar hun auto of naar een station en daar valt gewoon wat mee te doen. Ik ken dat in Drenthe is dat bij grote routes die je in etappes loopt bijvoorbeeld dat Pieterpad gebeuren dat het nog best lastig is om van je eindpunt weer in de bewoonde wereld te komen. En daar willen mensen best voor betalen dat is het punt niet alleen het moet er wel zijn. Dus die miste ik een beetje. En ik miste in het hele stuk het woord ouderen en vergrijzing. Ik denk een beetje aan mezelf.

Mw. Bennink: Nou ik dacht nog wel aan natuur begraven die zag ik er nog niet tussen.

Dhr. Strijker: ja dat is al helemaal vergrijzing haha. Haha. Ja ouderen zijn een kapitaal krachtige groep waarbij in de sfeer van toerisme inclusief verzorging en dat soort dingen daar kun je ook van alles in doen.

Interviewer: De doelgroep in het vrijetijdsgebruik in Salland is als grootste 41 tot en met 60 jaar. Wandelen en fietsen zijn de meest ondernomen activiteiten. De oudere groep zit hier al deels bij.

Dhr. Strijker: Ja nou ik ben al van boven de 60 jaar en ik fiets ook nog trouwens. En er zijn personen die nog ouder zijn en nog wat minder mobiel zijn die relatief kapitaalkrchtig zijn en die vroeger de hele wereld over reisde maar nu Salland al een heel eind vinden en daar valt vrs geld aan te verdienen.

Dhr. Runhaar: Wat ik een beetje mis is seizoensafhankelijkheid. Recreatie in deze periode is mooi en in herfst wanneer de blaadjes vallen, en daarna is het de hele tijd stil. Misschien iets wat je ook in de wintermaanden kunt doen. De variatie zit dus ook in doelgroepen maar ook in seizoenen. En je hebt een deel publieke middelen nodig en je moet iets uit de markt halen en dit is dan ook een onderscheid die je dient te maken.

Dhr. ten Have: ik wil nog even reageren op de natuurbegraafplaats. Dat nieuwe ontwikkelingen gewoon langzamerhand gewoon veel beter gecoached moeten worden door ambtenaren om nieuwe ontwikkelingen tot stand te brengen. Hier is het natuurlijk helemaal misgegaan met natuurbegraafplaatsen omdat het direct als een economisch model wordt gezien en de noodzaak niet is vastgesteld. En ook de lange termijn bestemming van natuur begraven niet een goed doordacht systeem is en dat iedereen daar terughoudend mee moet omgaan. Je moet heel erg oppassen om verdienmodellen te injecteren het moet er ook zijn. Je moet er ook het moet ook draagvalk hebben in het hele gebied. Als het neerkomt op beleidsniveau dat je dat ook echt moet regelen. En dan niet per gemeente maar ook echt per gebied als je het dan hebt over het nut en de noodzaak van een gebied. De kracht die bijvoorbeeld zit in de rijke pensionaris met de E-Bike dat is wat mij betreft daar moeten we donders goed over nadenken en dan kom je er ook wel achter dat de seizoenen eens flink opgerekt kunnen worden. Want Dirk begon net bijna een hele discussie met fietsen in Noord-Frankrijk maar ik peins der al niet over om te gaan fietsen in Noord Frankrijk.

Dhr. Strijker: Het is een beleving hoor om der 1 keer door heen te fietsen. We fietsen internationaal veel.

Dhr. ten Have: ja 1 keer dan.

Dhr. Strijker: We rijden altijd met de auto doorheen en toen wilden we het echt een keer bekijken. Mijn achtergrond is landbouw en ben dan ook geïnteresseerd in landbouwlandschappen. Maar dat was even te heftig. Maar het is wel zo de E-bike die gaat dat soort gebieden dichterbij brengen. Noord Groningen en Friesland en Zeeland met zijn tegenwind. Die gaan profiteren van de E-bike als we op tijd investeren in fietspaden en bewegwijzering en nog zo wat want dat hebben ze nooit gedaan in die gebieden want er kwamen niet zoveel fietsen. Drenthe en Overijssel heeft dat allemaal allang gedaan.

Dhr. ten Have: haha.

Dhr. Strijker: Toch?

Dhr. ten Have: in vergelijking met andere gebieden is er heel veel geïnvesteerd in het landschap en goed geregeld. Strijker: Het fietspad tussen Raalte en het kanaal dat is toch zoiets waarbij je verbindingen maakt met landschap en kwaliteit vergroot alles erbij. Alleen onderweg heb je geen kans om een glaasje te drinken. Ten Have: nee als je kijkt naar recreatie in het Sallandse gebied met name je triggerde op het punt dat je onderling veel meer moet faciliteren en dat je als ondernemers regelt dat men zijn E-bikes kunt stallen, dat je weer naar het station toe kunt, en veel meer parkeerplaatsen moet hebben die faciliterend zijn en plattelandstoerisme, Ja zeer zeker. En daar ligt ook het punt 1 euro bij een camping plek dat maakt die rijke pensionaire geen klap uit. Maar opgeteld is het heel veel. Waar op andere dagen vrijwilligers dagen druk zijn heb je zo 100den euro's. Dhr. Strijker: mee eens.

Interviewer: Zijn er verder nog vragen:

Mw. Bennink: wat ik me verder nog afvroeg in sommige gebieden ik weet niet in hoeverre dit in Salland speelt. En dan heb ik het over het issue van vrijkomende leegstaande agrarische bebouwing en dit sluit wel aan bij de opmerking dat er te weinig plekken zijn om koffie te drinken en te weinig boerderijcamping's maar je zou bijvoorbeeld als ontwikkelingsmogelijkheid leegstaande gebouwen kunnen zien als kansen. Er zijn veel jonge mensen die nog zoekende zijn naar hoe hun leven in te delen. Maar ik weet niet hoe dit in Salland speelt.

Dhr. Ten Have: Als je de ontwikkeling in Salland ziet en dan met name de hele provincie Overijssel is er een KGO beleid. Elke ontwikkeling in het platteland word met het KGO beleid gewikt en gewogen. Vroeger had je een bestemmingsplan met regels van het kan wel of niet. Dus je was afhankelijk van of de Raad goed gemutst was om iets te realiseren. Maar nu word elke ontwikkeling gedaan met een KGO afweging of deze ontwikkeling er toe bijdraagt zeg maar is het passend. Als het teveel rood oplevert hoe ga je dit compenseren waar ga je dan de kwaliteit vandaan halen. Als je een woning kunt krijgen omdat je stallen afbreekt dan heb je ene landschapsfonds of je moet zelf investeringen zoeken bij de burens bijvoorbeeld om pollen aan te leggen. En die KGO regeling word nu in het nieuwe bestemmingsplan vooruitlopend op 2018, want dat bied hele mooie aanknopingspunten en word verder uitgerold. Met mooie ontwikkelingen. Als voorbeeld we ontwikkelen als beleid een old fashion molen in het dorpje Wesepe. Die is daar gekomen dat kan. En iedereen zegt hoe is die daar gekomen. Het KGO beleid zei als heel Wesepe dit wil en het toegevoegde waarde heeft dan gaan we dit maar doen. Meer is er nooit gezegd. Dat is natuurlijk een hele ontwikkeling een stimulerende. En niet alleen dicht timmeren met regels. En als ik eerlijk ben vind ik dat in Overijssel nog een KGO beleid wat in de kinderschoenen staat dat vind ik een gouden fonds.

Dhr. Runhaar: Dan schets je wel dat je hem deels via, maar toch door de overheid geregeld worden.

Dhr. ten Have: Nou ja je moet een. Overheid kan twee dingen doen je kan een heleboel regels maken maar die regels lijden tot. Bijvoorbeeld de ruimte tot ruimte regeling vind ik een harnas regeling. Iedereen is zoekende met accountants om iets voor elkaar te krijgen binnen de regeling. En dit zou niet zo moeten zijn. Meer de nut en noodzaak en meerwaarde waarom iets kan en waarom het niet kan zou het moeten beschermen.

Dhr. Runhaar: Het beleidskader en dat is een manier om te investeren in een landschap en dit is wel iets anders dan een hek en een pasje en we gaan het op die manier vermarkten.

Dhr. ten Have: Ja. Als je KGO gaat toepassen wat je ook wilt, het is een toetsing of een begeleidings model het is dus niet een hek plaatsen.

Dhr. Runhaar: Maar dit is wel ten goede aan het landschap?

Dhr. ten Have: als je de kwaliteitshandboeken die er voor geschreven zijn, die bieden allerlei varianten als mogelijkheid om een bijdrage te leveren aan het landschap. Dat kan in kwaliteit zijn voor het groen maar dat kan ook in kwaliteit zijn voor gebouwen. En ik merk toch dat als je mensen hebt die geld hebben initiatieven hebben en dan niet dichten met regels maar met kansrijkheid dat ze dan toch eerder bereid zijn om hele mooie ontwikkelingen tot stand te brengen. Geld is er genoeg, bij de bank krijg ik niks meer, maar er zijn mensen genoeg die 1 miljoen twee miljoen drie miljoen aan nieuwe initiatieven die met meer als 1 % rente opbrengst al iets willen gaan doe. We leven in een periode waar we echt groot geld boven water kunnen halen omdat de bank ook niets meer geeft voor je geld.

Dhr. Strijker: Maar dan moet je als gemeente of andere verstrekker wel organiseren dat je daar zelf ook financiële middelen kunt halen zodat je ook het landschap kunt ondersteunen en dat geld ook je moet

x 1000 euro op tafel leggen bij je bouwvergunning voor uhm.. zodat het ten bate gaat van het landschap, zo iets zou natuurlijk prima best kunnen. Opcenten op bouwvergunningen voor die gebouwen van het buitengebied, dat zijn alle woningen alle bedrijven, en zo kun je er veel noemen. En de consultant ook als die er een kantoortje bij bouwt.

Dhr. ten Have: als je veel waarde hecht aan bebouwing van het landschap moet je eigenlijk alle activiteiten met statiegeld gaan regelen. Dit moet veel verder worden uitgewerkt. Statiegeld in gebouwen moet veel verder worden uitgewerkt hoe je dit toepast. Dat je het weer volledig correct moet achter laten dat is eigenlijk het uitgangspunt.

Dhr. Runhaar: Beter nog.

Dhr. ten Have: Ja beter nog. Helemaal mee eens.

Interviewer: Als laatste wil ik graag iedereen bedanken voor de inbreng en de medewerking er zijn veel interessante voorbeelden aan bod gekomen en besproken. Ik heb een nieuwe kijk gehoord en opties waar ik zeker wat mee kan. Ik hoop dat het voor u ook interessant was. Ik zal iedereen het verslag toesturen als het klaar is.

Dhr. Ten Have: Zeker. Ja leuk.

Dhr. Strijker: Stuur ons een link van het verslag.

Dhr. Runhaar: Succes met je scriptie

Mw. Kleijer & Mw. Bennink: Tot ziens.

Allen: Succes. Doeit.