



Ministerie van Landbouw
Natuur en Voedselkwaliteit



Voorbeelden van Verdienmodellen voor Nationale Parken

Inhoud

| | |
|--|----|
| Inleiding | 4 |
| Voorbeelden verdienmodellen | |
| Biesbosch Streekfonds | 5 |
| Betaald parkeren in Nationaal Park Zuid-Kennemerland | 7 |
| Lekker eten in Grenspark De Zoom – Kalmthoutse heide | 9 |
| Nationaal Park De Sallandse Heuvelrug - Support for Nature | 11 |
| Gebiedsfonds Drentsche Aa | 13 |
| Overnachten in Nationaal Park de Biesbosch | 14 |
| Bijlage 1: Methodiek | 16 |
| Bijlage 2: Samenvatting resultaten | 18 |

Inleiding

Het Programma 'Naar Nationale Parken van Wereldklasse' streeft ernaar om van de afzonderlijke Nationale Parken, die nu relatief onbekend zijn, samen een sterk merk te maken, waarin zij ieder hun eigen positie innemen. Het programma richt zich specifiek op Nationale Parken met de potentie om uit te groeien tot iconen met hoge kwaliteit en grote aantrekkingskracht voor (inter)nationale bezoekers. Dit kunnen bestaande Nationale Parken zijn maar ook nieuwe gebieden.

Om dit te bereiken is er een transitie nodig waarbij er een beweging komt:

- Van een primaire focus op natuur en recreatie naar een integratie van natuur en sociaaleconomische ontwikkeling.
- Van een focus op regionale betekenis naar (inter)nationale betekenis: Nationale Parken als (inter)nationaal topmerk van de toekomst.

Om de ambitie te realiseren hebben 15 samenwerkende partijen de Nationale Parken Deal ondertekend waarbij zij zich hebben uitgesproken zich samen in te zetten voor:

1. Het verhogen van de kwaliteiten van Nationale Parken in Nederland;
2. Het versterken van de betrokkenheid van de samenleving bij de natuur;
3. Het bereiken van een sterkere merk- en marktpositie van Nationale Parken in Nederland.

Verdienmodellen voor Nationale Parken

Het programma heeft een aantal strategische doelen geformuleerd. Een ervan is dat de Nationale Parken van de toekomst bijdragen aan een betere sociaaleconomische ontwikkeling van de regio en onlosmakelijk verbonden zijn met die regio. Hieruit is de behoefte aan een overzicht van verdienmodellen ontstaan. Dit betreft verdienmodellen die voor de parkorganisatie financiële middelen opleveren. Die kunnen dan bijvoorbeeld ingezet worden voor de algemene communicatie over het Nationale Park of voor noodzakelijke investeringen ten algemene bate van de kwaliteit van het Nationaal Park.

Inspiratie

Deze publicatie biedt een overzicht van diverse praktijkvoorbeelden van verdienmodellen. Hiermee hopen we medewerkers van Nationale Parken te inspireren en enthousiast te maken om te onderzoeken of het ontwikkelen van dergelijke verdienmodellen ook voor hun park interessant is. Hoe we dit hebben aangepakt leest u in bijlage 1: Methodiek.

In bijlage 2 vindt u een samenvatting van de resultaten.

Deze publicatie is géén wetenschappelijke analyse van alle lopende/inwerking zijnde verdienmodellen in de Nationale Parken in Nederland. Aan de hand van gesprekken met diverse partijen is op basis van de verwachte verdiensten voor een Nationale Park-organisatie, ervaringen en interesses een selectie gemaakt van inspirerende voorbeelden.

Biesbosch Streekfonds

Verdienmodel: Fondswerving via lotterij. Gesprek met Peter Groenestein.

De **SupportActie** (onderdeel van de Grote Club Actie) is een nationale loterij waarmee Nederlandse verenigingen, organisaties, goede doelen, stichtingen en instellingen fondsen kunnen werven. Door de verkoop van loten aan supporters, genereren de deelnemende organisaties extra structurele inkomsten. Meer informatie: www.supportactie.nl/acties

Hoe werkt het?

Supporters machtigen de SupportActie om een bedrag van € 5,50 per lot, per trekking af te schrijven van hun bankrekening. De supporters van alle deelnemende organisaties spelen mee in de trekkingen van de SupportActie. De SupportActie maakt na elke trekking € 4,40 per lot (80%) over op de rekening van de door de supporter gesteunde organisatie. De supporter ziet zijn lotnummer op zijn bankafschrift en maakt daarmee kans op prijzen. De overige 20% gebruikt de SupportActie voor het organiseren van de loterij en het prijzenpakket. Supporters sluiten in feite een “abonnement” af en ze bepalen daarbij zelf of ze één of meerdere loten (van €5,50 per lot) per maand of per kwartaal kopen. Elk kwartaal is er een trekking.

Biesbosch Streekfonds

Een aantal ondernemers heeft in de Biesbosch het Beleef & Geef de Biesbosch Fonds opgezet. Dit fonds is opgericht omdat er reguliere inkomsten kwamen te vervallen. Zo zijn er bezuinigingen ingevoerd door de overheid en mogen Staatsbosbeheer en het Parkschap NP De Biesbosch hun middelen alleen nog inzetten voor natuurbeheer. Dit fonds ondersteunt projecten die voor gasten van het Nationaal Park van belang zijn. Daarnaast is door een groep vrijwilligers de Stichting Biesbosch Streekfonds opgericht. De oprichting van dit Streekfonds heeft als belangrijk doel om te zorgen voor continuïteit in de financiering van (recreatieve) activiteiten/projecten ten behoeve van de ontwikkeling van het Biesbosch gebied (Nationale Park + aangrenzende gebieden). De initiatiefnemers waren eerder al betrokken bij projecten van het EUplattelandontwikkelingsprogramma LEADER.



Sinds 2016 maakt het Beleef & Geef fonds onderdeel uit van het Biesbosch Streekfonds.

Meer informatie: www.biesboschstreekfonds.nl

Peter Groenestein is vrijwilliger en actief als voorzitter van de het Biesbosch Streekfonds: “In het begin werkten het Parkschap Biesbosch en het Streekfonds min of meer naast elkaar. Toen in de loop van de tijd bleek dat het Streekfonds succesvol was en een goede bijdrage kon leveren als onafhankelijk instituut aan de ontwikkeling van de Biesbosch, is een goede samenwerking ontstaan en zijn alle betrokken partijen in het bestuur vertegenwoordigd”.

SupportActie grootste inkomstenbron

Het Streekfonds ontvangt bijdragen van verschillende overheden zoals provincie Noord-Brabant, gemeenten en waterschap, maar de donaties via de SupportActie zijn wel de belangrijkste inkomstenbron geworden. Peter Groenestein: “We zijn in 2014 begonnen met deelname aan de SupportActie. Dit vraagt nogal wat investering in tijd en geld. Er moet een borg betaald worden aan een wervingsbureau en de fondswervers moeten opgeleid worden om voldoende kennis te hebben van de Biesbosch en het Biesbosch Streekfonds om potentiële supporters goede informatie kunnen geven. De borg is een voorfinanciering voor de periode dat het wervingsbureau bezig is om het donateurs bestand op te bouwen. De uiteindelijke vergoeding voor het wervingsbureau gaat overigens pas in wanneer een donateur voor de 4e keer één of meerdere loten heeft betaald. Op dit moment heeft het Streekfonds ca. 980 donateurs”.

Inkomsten SupportActie voor het Streekfonds
(na aftrek van wervings-, administratie- en loterijkosten):
2014: € 35.716,-
2015: € 46.031,-
2016: € 52.656,-
Voor 2017 wordt een opbrengst van rond € 80.000,- verwacht.

Niet overal toepasbaar

Fondswerving via de SupportActie vraagt de nodige voorbereiding. Peter Groenestein weet daar, als voormalig communicatiedeskundige, alles van: “Ik ben ongeveer 1,5 – 2 dagen in de week bezig met het ontwikkelen, onderhouden en verder uitbouwen van structurele fondsen. Om de SupportActie succesvol te kunnen uitrollen moet er in de directe omgeving van het Nationaal Park een voldoende groot potentieel donateurenbestand aanwezig zijn. Het gaat dan om minimaal 16.000 tot 17.000 huishoudens”.

Verder is het van belang om een goed wervingsbureau in te huren dat de loten verkoopt. “De manier waarop het wervingsbureau te werk gaat moet “passen” bij de bewoners van het gebied. Al te opdringerige verkoopmethoden kunnen daarbij averechts werken. Je moet hier goede afspraken over maken. En in sommige gebieden werkt de verkoop van loten niet omdat men uit overtuiging daar niet aan mee wil doen. De Stichting is bezig om in die gebieden een wervingsactie op te zetten zonder loterij”.

Relatiebeheer

Een lot verkopen is één, maar relatiebeheer, om een donateur voor langere tijd te behouden, is minstens zo belangrijk.

De Stichting besteedt hier veel aandacht aan door:

- vaak persberichten in de lokale kranten te laten zien wat er met het geld gebeurt en waar het aan uitgegeven wordt;
- het plaatsen van bordjes bij gerealiseerde projecten;
- het jaarlijks versturen van een bedankbrief aan de donateurs voor hun bijdrage;
- het verbeteren van de bereikbaarheid en de bekendheid van de Biesbosch.



SupportActie ook iets voor andere parken?

Fondswerving via de SupportActie is mogelijk ook interessant voor andere Nationale Parken en zou misschien ook gezamenlijk, in groter verband, opgepakt kunnen worden.

Peter Groenestein: “Ik wil hierover graag van gedachten wisselen met andere belangstellende Nationale Parken en nadere informatie verstrekken over hoe wij het in de Biesbosch opgepakt hebben.

Ze kunnen mij altijd bellen of mailen

(tel. 06 51 568 309 of mail: voorzitter@biesboschstreekfonds.nl)

Betaald parkeren in Nationaal Park Zuid-Kennemerland

Verdienmodel: Betaald parkeren.

Gesprek met Lukas Steenbrink en René van de Aar, PWN.

PWN is het drinkwaterbedrijf in Noord-Holland dat, in opdracht van de provincie Noord-Holland, het Noordhollands Duinreservaat en een deel van het Nationaal Park Zuid-Kennemerland beheert. Zuid-Kennemerland heeft verschillende toegangswegen met parkeerplaatsen. Bijna alle parkeerterreinen zijn gratis maar op drie plaatsen is besloten om betaald parkeren in te voeren. Deze parkeerplaatsen liggen op grond die PWN beheert en op locaties waarvan werd verwacht dat betaald parkeren winstgevend zou zijn en acceptabel voor de bezoekers.

Meer informatie:

<https://www.pwn.nl/natuur/natuurgebieden>

<http://www.np-zuidkennemerland.nl>

<http://www.np-zuidkennemerland.nl/4271/waar/bereikbaarheid>



Lukas Steenbrink van PWN: “Bij de keuze van de parkeerterreinen hebben we vooral gekeken naar de verwachte toestroom van bezoekers en de uitwijkmogelijkheden. Onze grootste locatie, Parnassia met 700 plaatsen, ligt zeer gunstig. Deze parkeerplaats ligt pal aan het strand en wordt ook veel gebruikt door strandgasten. Op zomerse dagen gaan meer dan 80% van de bezoekers naar het strand en zij zijn bereid om voor een dagje uit parkeergeld te betalen”.

Bij de andere twee parkeerplaatsen, ingang Koevlak (bij het Bezoekerscentrum) en ingang Bleek en Berg zijn er wel uitwijkmogelijkheden. Toch kiezen de meeste mensen (vooral met kinderen) voor een betaalde parkeerplaats dichtbij zodat ze niet een heel eind hoeven te lopen.

Invoering betaald parkeren

Toen Zuid-Kennemerland een Nationaal Park werd moest het vrij toegankelijk zijn. Het heffen van toegangsgeld, zoals met de verplichte duinkaart voor toegang in het Noordhollands Duinreservaat, was niet meer mogelijk. Lukas Steenbrink: “Voor de gebieden in het Park die PWN beheert ontvangen wij geen subsidie en we kunnen dat ook niet uit de drinkwaterinkomsten betalen. Daarom moesten we andere inkomstenbronnen zoeken. Met de ervaring dat Zuid-Kennemerland veel bezoekers trekt met een grote toestroom van auto's is het besluit snel genomen om op een aantal locaties betaald parkeren in te voeren.”

Tarieven

Je betaalt per uur met een maximumbedrag per dag van € 12,- bij Parnassia en € 8,- per dag bij Bleek en Berg en Koevlak. Je kunt betalen met pinpas of creditcard. Lukas Steenbrink heeft nog wel een tip: “Koop een parkeerjaarkaart voor €85,-. Deze is verkrijgbaar bij het Bezoekerscentrum en bij de PWN-parkeerkiosk van parkeerterrein Parnassia. Deze parkeerjaarkaart is geldig voor alle drie de parkeerterreinen”.

Investeringsen

Om betaald parkeren in te voeren heeft PWN behoorlijk moeten investeren in apparatuur, mogelijkheid om te pinnen, internet verbindingen, cameratoezicht en straatverlichting. In totaal een investering van meer dan € 225.000,-. Daarnaast zijn er nog de maandelijkse beheerskosten zoals de dagelijkse bemensing van een meldkamer waar storingen met de betaalautomaten binnenkomen en herstelacties gecoördineerd worden. Lukas Steenbrink: “Je moet snel kunnen reageren op storingen. Wanneer een slagboom niet opengaat en mensen moeten wachten is dat heel vervelend. Goede en betrouwbare apparatuur is daarom erg belangrijk. Bezuinig daar niet op en ga in zee met een betrouwbare leverancier die goede service en nazorg biedt”.

“Wij zijn geen parkeerwachters”

De invoering van betaald parkeren, waarbij de boswachters ook bij het beheer en onderhoud van de parkeerplaatsen werden betrokken, ging niet zonder slag of stoot. In het begin was er de nodige scepsis bij de boswachters die ook werden ingezet om het systeem draaiende te houden.

Boswachter René van der Aar: “In het begin kreeg ik wel eens te horen dat boswachters geen parkeerwachters zijn. Maar dat veranderde snel toen duidelijk werd dat het betaald parkeren een succes werd. Het levert geld op om de dingen gedaan te doen waarvoor boswachters boswachter zijn geworden, namelijk het beheren en onderhouden van de natuur.”

Opbrengst en kosten



De opbrengst is niet gering. In 2016 kwam er zo'n € 725.000,- aan parkeergelden binnen. Na aftrek van kosten (ca. € 140.000,-) bleef er € 585.000,- over om te besteden aan beheer en onderhoud.

De opbrengst wordt zowel in Zuid-Kennemerland als in het Noordhollands Duinreservaat ingezet. Bij de kosten is de tijdinzet van de PWN medewerkers niet meegerekend.

De opbrengst uit de parkeergelden is wel weersafhankelijk. Op een mooie zomerse dag in het weekend passeren al gauw 1500 auto's de slagbomen van de drie parkeerplaatsen, met een dagopbrengst van zo'n € 10.000,-. Maar wanneer het aantal zomerse dagen in het weekend minder is dan is de opbrengst van parkeergelden ook duidelijk minder. Over de inkomsten moet nog wel 21% BTW worden afgedragen.

Innovatie en communicatie

Een knelpunt bij betaald parkeren kan ontstaan wanneer veel bezoekers tegelijk de parkeerplaats willen verlaten. Op een zomerse dag bijvoorbeeld is de aankomst van de bezoekers vaak nog redelijk over de dag verdeeld. Maar als aan het eind van de dag het weer ineens omslaat wil iedereen tegelijk naar huis. Bij Parnassia ontstond daardoor soms een wachttijd van een half uur voor de betaalautomaat omdat elke bezoeker een pinbetaling moet doen om een uitrijkaart te kopen. Met een investering in een snelle internetverbinding naar de betaalautomaat gaan de transactie nu veel sneller en is de wachttijd sterk teruggebracht. Een verdere verbetering is het kunnen in- en uitrijden met een bankpas (al of niet contactloos). Je hoeft dan niet meer in de rij voor de kassa te staan om een uitrijticket te kopen.

Lukas Steenbrink: "Wij communiceren met de (potentiele) bezoekers aan het park via onze website, sociale media en huis aan huis bladen in Noord-Holland. Bij de invoering van betaald parkeren hebben we ook uitgelegd dat beschermen en behouden van natuurgebieden geld kost en dat we daarvoor geen bijdrage van de overheid krijgen. Parkeergelden zijn voor ons dan ook een belangrijke bijdrage om de kosten te dekken".



Nationaal Park
Zuid-Kennemerland

Lekker eten in Grenspark De Zoom – Kalmthoutse heide

Verdienmodel: Succesvolle samenwerking met ondernemers. Gesprekken met Paul Ganzevles (Grenspark), Annemie Hendrickx (Piknikfabrik) en Paul de Dooij (De Natuurmakelaar).

In het Grenspark zijn twee modellen ontwikkeld in samenwerking met lokale ondernemers. In de beide modellen verkoopt de ondernemer een product waarbij een deel van de prijs van het product wordt afgedragen aan het Grenspark. De ondernemers zijn de **Piknikfabrik**, die picknick arrangementen verkoopt en **De Natuurmakelaar** i.s.m. een aantal lokale restaurants die natuurburgers verkopen. Beide modellen lijken op elkaar maar toch zijn er, in de ontwikkeling en exploitatie, verschillen. In beide modellen wordt ingespeeld op de grote maatschappelijke belangstelling voor natuurlijke streekproducten.

Picknick service

De Piknikfabrik is een initiatief van de zussen Tinne en Annemie Hendrickx uit Kalmthout in België en is gestart in juni 2016. Zij hebben een aantal picknickpakketten samengesteld die je kunt bestellen op een aantal mooie picknickplaatsen in het Grenspark. Hierover zijn met het Park afspraken gemaakt. Tinne heeft een traiteurbedrijf en zij zorgt voor de bereiding van verschillende gerechten. Annemie maakt de picknickpakketten compleet met zoveel mogelijk streekproducten die ze inkoop bij lokale producenten, bijvoorbeeld kaas, sappen en brood bij de plaatselijke bakker.

Annemie Hendrickx: "Samen met het Grenspark proberen we drie belevingen te combineren tot een mooi (picknick) product: actief bezig zijn, lekker eten en genieten van een mooie omgeving".
Meer informatie: www.piknikfabrik.be



Hoe werkt het?

De Piknikfabrik levert een picknickpakket naar keuze in een grote box en zet deze neer op een, met de klant, afgesproken tijdstip en plaats in het Grenspark. In de box zit alles wat voor een picknick nodig is: eten, drinken, servies en een kled. De besteller van de picknick krijgt een code om de box te openen. De box wordt gebracht en opgehaald met een elektrische auto. De picknickpakketten die worden aangeboden (vanaf 6 personen) variëren in prijs van ca. €13,- tot €23,- per persoon. Kinderen eten voor €9,- mee. In de prijs per persoon zit een bedrag van €2,50 (€1,- per kind) dat De Piknikfabrik afdraagt aan het Grenspark. De ervaring leert dat de mensen deze bijdrage graag over hebben voor een unieke beleving op een mooie locatie in het park. De picknick service is gestart in juni 2016 en na de start zijn in dat jaar ruim 1000 picknickmaaltijden verkocht. Dus een opbrengst voor het Grenspark van ruim €2500,-. Het overgrote deel (ca. 95%) van de klanten komt tot nu toe uit België.

"Een echte Picknickfabrik"

De succesvolle start in 2016 heeft zich voortgezet in 2017. Het zomerseizoen loopt van maart tot oktober en op drukke weekenden moeten al gauw zo'n vijftien picknick arrangementen worden samengesteld en naar de verschillende locaties worden gebracht. Voor het najaar en de winter stelt de Piknikfabrik een wintermenu samen met warme soepen, stoofpotjes en worstenbroodjes. Tijdens drukke weekenden verzorgt Annemie het samenstellen van de arrangementen en huurt ze voor het vervoer van en naar de picknicklocaties een chauffeur in. Op dit moment maakt de Piknikfabrik geen promotie voor de picknick service, mond op mond reclame is voldoende.

Annemie: "Wanneer ik meer reclame zou gaan maken voor de picknick service zal de verkoop van het aantal picknickpakketten zeker toenemen maar dan moet ik arbeidskrachten inhuren om alles rond te kunnen zetten. Om er een volwaardig bedrijf van te maken zou dit nodig zijn. Een andere optie waar ik aan denk is om samen te werken met andere partners die een deel van de verzorging van het picknickarrangement voor hun rekening nemen. De Piknikfabrik levert dan bijvoorbeeld de picknickgerechten waarvoor een professionele keuken nodig is en alle spullen voor de picknick aan een lokale partner. Deze partner maakt het picknickpakket compleet met de inbreng van lokale streekproducten en vers brood van de plaatselijke warme bakker. Ook moet hij zorgen voor de aflevering op de picknickplekken. De Piknikfabrik wordt dan een echte Picknickfabrik die picknickgerechten maakt en het picknickconcept levert!"

Het liefst zou de Picknickfabrik er een aantal locaties in het Grenspark bij hebben, vooral idyllische plekken, niet langs de openbare paden, waar de natuurbeleving voor een groep "picknickers" nog groter is. Ook één of meerdere overdekte locaties zouden welkom zijn. Dit maakt de picknickservice minder weersafhankelijk.

De Natuurburger



De Natuurburger is een model dat ontwikkeld is door Paul de Dooij van De Natuurmakelaar in samenwerking met het Grenspark een aantal lokale restaurants, een

extensieve veeteler, ambachtelijke slagers en ambachtelijke bakkers. De natuurburger is bereid met ambachtelijk streekvlees van ouderwetse runderrassen die grazen op natuurlijke graslanden in en rondom het Grenspark. Zo wordt een exclusief steekproduct aangeboden waarbij men het Grenspark letterlijk kan proeven. Medio 2015 is een pilot-project gestart waarbij de belangstelling voor de natuurburger is onderzocht. Na een half jaar is de pilot-fase succesvol afgerond en is de Natuurburger een succesvol parkproduct geworden.

Hoe werkt het?

De natuurburger wordt in de restaurants verkocht en gepresenteerd met een Grenspark vlaggetje zodat het gerecht duidelijk herkenbaar is. Op dit moment staat bij drie Nederlandse en drie Vlaamse restaurants de natuurburger op de menukaart. De restaurants bepalen zelf de garnering bij de burger en de prijs kan daardoor variëren van ca. €10,- tot €16,-. De prijs hangt ook af van het feit of het restaurant in Nederland of Vlaanderen is gevestigd. Van deze prijs wordt €2,- afgedragen aan het Grenspark. In 2016 was de opbrengst voor het park zo'n 1.400 euro. Meer informatie: www.grensparkkz.be/grenspark-natuurburger-opmars

Aanvankelijk werd de bijdrage geïnd bij de restaurants. Dit kostte echter veel tijd en administratie. Nu is afgesproken om de bijdrage van €2,- met de twee slagers te verrekenen. De inkooprij van het vlees is voor de restaurants dan al inclusief de bijdrage voor het Grenspark.

Ontwikkeling van het samenwerkingsmodel

Het ontwikkelen van dit natuurburgermodel heeft aanmerkelijk meer tijd gekost dan de ontwikkeling van de picknickservice. Voor de picknickservice heeft de ondernemer zelf contact gezocht met het Grenspark om het idee te bespreken. Volgens Grenspark coördinator Paul Ganzevles was er direct een "goed gevoel" bij deze ondernemer en is besloten om met dit idee verder te gaan.

De ondernemer heeft vervolgens zelf het picknick concept uitgewerkt en de nodige investeringen gedaan.

Het Grenspark heeft de gesprekken gevoerd met de terreineigenaren. Op dit moment zijn er negen locaties - zowel aan Vlaamse als aan Nederlandse zijde - beschikbaar gesteld, in en rondom het natuurgebied.

Bij het ontwikkelen van de natuurburger was de benodigde tijdinzet veel groter omdat met veel meer partijen afspraken gemaakt moesten worden: veetelers, slagers, bakker en de deelnemende restaurants. Een verschil is ook dat de restaurants, die de natuurburger uiteindelijk aan de klant verkopen, niet direct afhankelijk zijn van het Grenspark zoals dat bij de picknickservice wel het geval is. Benodigde investering in tijd, voor het ontwikkelen van dit model lagen dan ook vooral bij De Natuurmakelaar. Paul de Dooij van De Natuurmakelaar: "Veel tijd is geïnvesteerd in conceptontwikkeling, receptuur, proefsessies, overleggen, overeenkomsten, infobladen, restaurantbezoeken, promotie en communicatie. Na de beginfase zie je dat de ondernemers het concept omarmen en zijn de werkzaamheden van De Natuurmakelaar vooral gericht op evaluatie en monitoring."

Benodigde kennis en expertise

Het ontwikkelen van verdienmodellen kost veel tijd en vraagt vaak expertise die bij een natuurpark niet altijd aanwezig is. Paul Ganzevles: "wij hebben met De Natuurmakelaar de nodige kennis en (commerciële) expertise in huis gehaald om een verdienmodel goed op te kunnen zetten. Dit was mogelijk door een subsidiebeschikking van de provincie Noord-Brabant. Voor veel verdienmodellen geldt dat projectsubsidies essentieel zijn om de opstartkosten te kunnen financieren en om een verdienmodel voor een natuurpark rendabel te kunnen maken".

De Natuurmakelaar is gespecialiseerd in het opzetten van innovatieve initiatieven waarbij nieuwe financiering, maatschappelijke betrokkenheid en naamsbekendheid voor een natuurgebied wordt ontwikkeld. Voor het Grenspark werkt De Natuurmakelaar aan verschillende projecten waarbij de natuurburger nu het langste loopt.

Paul de Dooij: "Er liggen vele kansen om arrangementen op te zetten tussen natuurgebieden en lokale ondernemers. Ondernemers kunnen zo tonen dat ze duurzaam ondernemen, een groen imago ontwikkelen en zich verbinden met de streek. Natuurgebieden kunnen hun naamsbekendheid vergroten, de maatschappelijke betrokkenheid ontwikkelen en nieuwe financiersvormen opzetten. Vaak hebben ondernemers en natuurgebieden echter niet de tijd en kennis om tot succesvolle en duurzame arrangementen te komen. Ik probeer via De Natuurmakelaar beide partijen te helpen met innovatieve concepten, inspirerende praktijkvoorbeelden en structurele begeleiding. Meer informatie: www.denatuurmakelaar.nl

Nationaal Park De Sallandse Heuvelrug - Support for Nature

Verdienmodel: Natuurzorgsysteem S(up)port for Nature. Gesprekken met: Harro Meijer (Gem. Hellendoorn) en Herman Reimerink (Secr. Stichting Samen voor het Nationaal Park Sallandse Heuvelrug).

De Sallandse Heuvelrug is bij uitstek geschikt om allerlei outdoor- en sportevenementen te organiseren. De organisatie van een evenement moet daarvoor een vergunning aanvragen bij de terreineigenaren. In het Nationaal Park De Sallandse Heuvelrug zijn dat Staatsbosbeheer en Natuurmonumenten. Zij vragen om de vergunningaanvraag in te dienen via het model **S(up)port for Nature (SfN)**. Meer informatie: www.supportfornature.nl

Hoe werkt het?

SfN is in feite een natuurzorgsysteem waarbij de aanvrager moet aangeven hoe schade aan de natuur en overlast wordt voorkomen. Bij toepassing van SfN hoort ook een (vrijwillige) bijdrage per deelnemer van een evenement voor behoud van natuur en beleving van de Sallandse Heuvelrug. Het systeem is ingericht op het natuurvriendelijk organiseren van evenementen. Het zorgt voor eenduidigheid van de aanvragen bij de toetsing en er is uniformiteit m. b. t. condities en richtlijnen die gelden. SfN zorgt voor een balans tussen gebruik en support. Deelname aan SfN wordt gezien als een kwaliteitskeurmerk voor de betreffende organisaties/evenementen, waar zij zich ook mee kunnen promoten. Het systeem is ontwikkeld door Stichting Probos in samenwerking met Natuurmonumenten, Staatsbosbeheer en verschillende sportbonden.

Voor de Sallandse Heuvelrug is het systeem in overleg met organisaties van evenementen en beheerders aangepast aan plaatselijke omstandigheden en vereenvoudigd. Het SfN is voor het park een inkomstenbron waarmee projecten en activiteiten worden gesubsidieerd die de natuurkwaliteit en de beleving en het gebruik van de natuur ondersteunen.



Stichting Samen voor Nationaal Park Sallandse Heuvelrug

Op 1 januari 2015 is het werk van de Stichting Samen voor het Nationaal Park De Sallandse Heuvelrug (NPSH) van start gegaan. Eén van de eerste taken was het uitvoeren en het inzetten van de opbrengsten van het SfN systeem. Bij het beoordelen en toekennen van subsidies wordt nauw samengewerkt met de projectorganisatie (Kernteam) van het NP Sallandse Heuvelrug. De Stichting heeft een bestuur dat geheel uit vrijwilligers bestaat. In het Kernteam zijn de volgende partijen vertegenwoordigd: gemeenten Hellendoorn en Rijssen-Holten, Staatsbosbeheer, Natuurmonumenten, Instituut voor natuureducatie en duurzaamheid (IVN) en Marketing Oost. Bij het beoordelen van een aanvraag bekijkt de Stichting of het project de natuur, het landschap en/of de cultuurhistorie ten goede komt en daarmee de doelstellingen helpt realiseren van het Nationaal Park en in bredere zin de Sallandse Heuvelrug. De subsidie bedraagt in principe 50%. Activiteiten die ook reguliere subsidies kunnen krijgen komen niet in aanmerking.

Aanpassing en verfijning

In de loop van 2016 gaven organisatoren van evenementen aan dat ze in beginsel positief staan tegenover SfN maar dat ze het systeem ook onduidelijk en onevenwichtig vonden. Het was o.a. onduidelijk van welke organisaties/evenementen een bijdrage werd verwacht en de communicatie over de besteding en toekenning van subsidies liet te wensen over. De Stichting heeft toen een groot aantal gesprekken gevoerd met alle organisatoren van evenementen en activiteiten op de Sallandse Heuvelrug. Op basis daarvan zijn verschillende aanpassingen en verfijningen doorgevoerd die per 1 januari 2017 zijn ingegaan. Nu is duidelijker omschreven welke evenementen wel en welke niet onder het SfN systeem vallen en is de bijdrage per deelnemer aan een evenement verlaagd van €1,50 naar €1,-. De bijdrage is gelijk voor iedereen, onafhankelijk van de soort en omvang van de activiteit of het evenement.

“Gelijke monniken, gelijke kappen”

De Stichting is van oordeel dat alle evenementen in het gebied van de Sallandse heuvelrug onder het SfN systeem vallen. Herman Reimerink, secretaris van de Stichting, omschrijft het met het principe van ‘Gelijke monniken, gelijke kappen’. “Iedereen die geniet van het gebied tijdens een evenement draagt een gelijk bedrag van €1,- bij. Dus ook activiteiten en evenementen van Natuurmonumenten en Staatsbosbeheer die geen educatief doel hebben en waarvoor deelnemers betalen wordt een afdracht van €1,- gevraagd”.

De Stichting zelf ziet SfN als eerste stap naar een veel breder verdienmodel. Herman Reimerink: “Wij vinden dat alle bezoekers, ondernemers, de drinkwaterproducent, de gemeente die de WOZ belasting int en anderen die van het mooie gebied profiteren zich er van bewust moeten zijn dat het behoud en onderhoud van zo’n natuur- en bosgebied inspanning en geld kost. Het natuurzorgsysteem S(up)port for Nature is een begin; we willen het systeem samen met het Kernteam van het Nationale Park en partners verbreden”.

Opbrengsten en gesubsidieerde projecten

In 2016 werden er op de Sallandse Heuvelrug 31 evenementen georganiseerd waarbij het SfN systeem is toegepast met in totaal zo’n 18.500 deelnemers. Dit gaf een totale opbrengst van ca. € 24.800,-. Kosten die daar tegenover staan zijn zeer beperkt. De vrijwilligers van het Stichtingsbestuur ontvangen geen vergoedingen voor hun werkzaamheden.

De vergunningaanvragen voor evenementen worden behandeld door Staatsbosbeheer (in afstemming met Natuurmonumenten en Landschap Overijssel). Daarvoor worden geen kosten richting de Stichting in rekening gebracht. De Stichting stuurt vervolgens een factuur naar de organisatie van het evenement en int de bijdrage.

In 2016 zijn drie subsidieaanvragen gehonoreerd door de Stichting. Hierbij ging het om een natuurproject voor basisscholen, de aanleg van een kruidenrijk grasland voor de aardbeivlinder en een tweetal struinstoelen voor minder validen. In de eerste ronde voor 2017 hebben wederom drie projecten een bijdrage gekregen. Deze keer betrof het een bijdrage aan het plaatsen van een nieuwe hangbrug in het speelbos vlakbij het Buitencentrum, een bedrag voor het maken van een wandelgids en ondersteuning van een educatief project van het IVN in Nijverdal.



**Nationaal Park
De Sallandse Heuvelrug**

Gebiedsfonds Drentsche Aa

Verdienmodel: Gebiedsfonds.

Gesprek: Kees Folkertsma, Nationaal Park Drentsche Aa.

Het **Gebiedsfonds Drentsche Aa** is in 2011 ingesteld met het primaire doel om extra financiën te genereren voor de inrichting en het beheer van het gebied. Daarnaast, en minstens zo belangrijk, biedt het Gebiedsfonds Drentsche Aa iedereen die zich met het gebied verbonden voelt, de kans om een steentje bij te dragen aan de ontwikkeling ervan. Door bijdragen aan het fonds kunnen bedrijven, instellingen en burgers hun betrokkenheid uiten en helpen het gebied mooi te houden. Meer informatie:

www.gebiedsfondsdrentscheaa.nl

Het Gebiedsfonds wordt beheerd door de Stichting Gebiedsfonds Drentsche Aa. Het bestuur van de Stichting legt verantwoording af via het jaarverslag aan het Overlegorgaan Drentsche Aa. Vanuit de provincie Drenthe is Kees Folkertsma werkzaam als gebiedscoördinator Drentsche Aa en is hij tevens de secretaris van het Overlegorgaan Drentsche Aa. Vanuit deze beide rollen heeft hij de Stichting helpen oprichten en faciliteert hij het bestuur van de Stichting Gebiedsfonds Drentsche Aa. Daarbij ondersteunt een vrijwilliger het bestuur van de Stichting bij de selectie van projecten en het onderhouden van contacten met initiatiefnemers van projecten.

Inkomstenbronnen

Het Gebiedsfonds heeft verschillende inkomstenbronnen:

- Streekrekening Drentsche Aa en renteopbrengsten.
Bijdragen vanuit de Rabobank Streekrekening en renteopbrengsten uit het beheer van tegoeden (o.a. van de Provincie en Overlegorgaan Drentsche Aa) leverden voorgaande jaren nog een behoorlijk bedrag op. Door verandering van wetgeving (decentrale overheden mogen geen tegoeden meer op een streekrekening zetten) en lage rentestanden zijn deze tegoeden geheel opgedroogd. In 2016 waren de inkomsten uit deze posten totaal nog zo'n € 19.000,- Voor 2017 wordt niet meer dan €3600,- verwacht.
- Bijdrage overheden.
De verschillende betrokken gemeenten en Waterbedrijf Groningen doneren samen € 14.000,-
- Particuliere giften/donaties.
Aan giften/donaties komt jaarlijks ca. € 1700,- binnen.
- Opbrengsten uit eigen activiteiten.
Hier gaat het met name om vrijwillige bijdragen van deelnemers aan excursies en lezingen en bijdragen van recreatieondernemers in het gebied. Jaarlijks ca. € 5000,-.

Mede door de lage rentestand zijn de rentebaten sterk teruggelopen en daarmee ook de totale jaarlijkse opbrengst van het Gebiedsfonds (van €46.470,- in 2015 naar een verwachte opbrengst van € 22.600,- voor 2017). Opvallend daarbij is dat de opbrengst van 'vrije giften' na afloop van excursies door Drentsche Aa-gidsen ieder jaar stijgen.

Projecten

De activiteiten van de Stichting zijn gericht op het ondersteunen van met name particuliere (kleinschalige) initiatieven en projecten in het Nationaal Park Drentsche Aa. Het gaat om (kleine) projectsubsidies, gericht op kwaliteitsverbeteringen maar bij voorbeeld ook om zitbankjes i.s.m. dorpsbelangen. Daarnaast wordt budget gereserveerd voor promotieactiviteiten, gericht op naamsbekendheid en vergroten van het draagvlak.



“Op zoek naar een fondswerver”

Tegenover de opbrengsten die het Gebiedsfonds binnenhaalt staan weinig kosten. De projectleider die door provincie Drenthe is aangesteld combineert het faciliteren van de Stichting met zijn overige werkzaamheden voor het Drentsche Aa-gebied. Deze tijdinzet komt niet ten laste van de begroting van het Gebiedsfonds. Op dit moment gebeurt de fondswerfing vooral op een kleinschalige manier. Het bestuur van de Stichting spreekt hun persoonlijke- en zakelijke contacten aan. Voornamelijk is dit de achterban van het Overlegorgaan Nationaal Park Drentsche Aa. Hiermee wil men de naamsbekendheid van het Gebiedsfonds vergroten en vervolgens de stap maken richting bedrijven om hen te bewegen een donatie te doen.

Kees Folkertsma: “De vraag is wel of deze aanpak voor de toekomst voldoende geld opbrengt voor een goed lopend Gebiedsfonds en of er niet voor een meer professionele aanpak gekozen moet worden. Dit is uitvoerig in het bestuur van de Stichting besproken en onlangs is besloten om op zoek te gaan naar een fondswerver. Dit is een belangrijke volgende stap”.



**Nationaal beek- en
esdorpenlandschap
Drentsche Aa**

Gebiedsfonds
DRENTSCHE AA

Overnachten in Nationaal Park de Biesbosch

Verdienmodel: Exploitatie van een succesvol belevingsconcept. Gesprek met: Marianne den Braven (Nationaal Park de Biesbosch).



Een **Ecolodge** is een drijvende accommodatie voor 2-3 personen op een bijzondere locatie in de Biesbosch. Het is in feite een kleine drijvende hotelkamer met eigen WC, wasbakje, uitkijktoren, terras, en

slaapkamer. Dichter bij de natuur kan je bijna niet overnachten. De grote ramen bieden prachtig zicht op het water en de omgeving. Weer of geen weer, je kunt vanaf de Ecolodge volop genieten van al het moois dat de Biesbosch te bieden heeft.

Bij een arrangement zitten ook 2 fietsen, een bagagekarretje en het gebruik van een kano. Met deze Ecolodge biedt de Biesbosch een unieke accommodatie aan en de gasten hebben alle mogelijkheden om de omgeving te verkennen en om van heel dichtbij van de natuur te genieten, "ver weg" van de bewoonde wereld.

Meer informatie: www.slapenopdeEcolodge.nl, www.youtube.com/watch?v=Shoifl4SzRc

Prijsvraag

Het idee om met overnachtingen in de natuur te beginnen is voortgekomen uit een prijsvraag. Deze prijsvraag was onderdeel van een EU-project over Duurzaam Toerisme waar de Biesbosch aan deelneemt [STEP-Sustainable Tourism in Estuary Parks](#). Marianne de Braven vertegenwoordigt het Nationaal Park de Biesbosch in het EU project en begeleidt de ontwikkeling van de Ecolodge: "De vraag die we voor studenten aan de Design Academy in Eindhoven hadden uitgeschreven luidde: Kom met ideeën voor de ontsluiting van de Biesbosch in brede zin. Verschillende ideeën werden ingezonden en uiteindelijk is de keuze gevallen op een ontwerp voor een Ecolodge, ontworpen door een student van de Design Academy, Marijn Beije".

Voor de bouw van het ontwerp is vanuit het EU-project € 30.000,- beschikbaar gesteld om een prototype te bouwen en in de praktijk te exploiteren. Voor dit bedrag heeft een bouwbedrijf, met begeleiding van Marijn Beije, de Ecolodge gebouwd. Sinds 2013 ligt de Ecolodge in de Biesbosch en is te huur als accommodatie.

Exploitatie en ervaringen tot nu toe

Locatie van de Ecolodge

Belangrijk bij de implementatie was het vinden van een goede locatie op een plek die zo afgelegen mogelijk is (concept "overnachten dichtbij en midden in de natuur") maar die ook goed te exploiteren is. Al snel werd duidelijk dat een te afgelegen locatie niet haalbaar is voor één Ecolodge van dit type. De kosten voor aan/afvoer van schoon en vuil water, schoonmaak en onderhoudswerkzaamheden worden dan te hoog. Er is nu gekozen voor een locatie die redelijk makkelijk bereikbaar is en waar de Ecolodge aangesloten kan worden op de waterleiding en elektra en die de gasten toch het gevoel geeft midden in de natuur te zitten. Voor het inrichten van deze nieuwe locatie, de nodige aanpassingen aan de Ecolodge en het ontwikkelen van een website met boekingsysteem is een investering gedaan van ca. € 20.000,-.

Boeking en dagelijks beheer

De Ecolodge kan via de website worden geboekt en gasten moeten zich melden bij de StayOkay Dordrecht. Daar krijgen ze dan een fiets met karretjes voor de bagage om naar de Ecolodge te rijden (ca. 2km). StayOkay zorgt ook voor de schoonmaak van de Ecolodge. Voor het dagelijks beheer krijgt StayOkay een vergoeding per boeking. Een standaard boeking is voor twee nachten met twee personen. Uitbreiding met 1 persoon en/of met één of meerdere nachten is mogelijk. Het seizoen loopt van april t/m oktober. Een standaard boeking in het hoogseizoen (mei t/m september) kost € 175,-. In 2018 wordt dit € 185,-. Dit is inclusief twee fietsen met een bagagekarretje en het gebruik van een kano.

Grote belangstelling



Vanaf het begin was er meteen grote belangstelling om op de Ecolodge te overnachten.

In 2015 waren 184 van de beschikbare 214 overnachtingen geboekt, een bezettingsgraad meer dan 85%. In 2016 lag de bezettingsgraad op ca. 90%. Veel hoger zal de bezetting waarschijnlijk niet worden omdat er altijd een aantal losse dagen zijn die niet geboekt worden. Ook 2017 was in de loop van het jaar al snel volgeboekt.

Opbrengsten en (nog hoge) kosten

Met de bezetting van 2015 en 2016 is in beide jaren een opbrengst gehaald van ca. € 13.750,-. 2017 ligt naar verwachting op hetzelfde niveau. In 2018 gaat de prijs omhoog en zal de opbrengst naar verwachting stijgen.

De lasten die op de exploitatierekening staan zijn voor 2015 ruim €19.000,- en voor 2016 ruim €21.000,-. Een negatief resultaat, maar daar hoort wel een toelichting bij. Het gaat hier in feite om het testen en (verder) ontwikkelen van een prototype in de praktijk. En omdat de investering van de bouw door de EU is gefinancierd mag de eerste 5 jaar (t/m 2017) geen winst worden gemaakt. De beheerskosten (kosten voor StayOkay) en rente/afschrijving zijn jaarlijks ongeveer gelijk, totaal ca. €8.200,-. Van de andere kosten zijn onderhoud (2015: €1925,-, 2016: €8050,-) en personeelskosten (inzet medewerkers Biesbosch, 2015: € 5800,- en in 2016: € 2860,-) de belangrijkste. Deze kosten verschillen nogal per jaar. Marianne den Braven: “We zitten nog in de prototype fase waarin we dingen uitproberen en dingen moeten aanpassen. Alle opbrengsten zijn dan ook weer ingezet om aanpassingen en verbeteringen in het ontwerp door te voeren. In 2016 waren de onderhoudskosten bijvoorbeeld erg hoog omdat we het toilet moesten vervangen en de Ecolodge op een nieuwe locatie op een vaste waterleiding hebben aangesloten. Wanneer de Ecolodge eenmaal de juiste technische voorzieningen heeft en op een goede locatie ligt zullen de jaarlijkse onderhoudskosten veel lager zijn en dat geldt ook voor de personeelskosten. Voor 2017 verwachten we een opbrengst van ca. €16.000,- met ongeveer €14.000,- aan kosten. In 2018 gaan de prijzen iets omhoog en we verwachten dat daardoor het positieve resultaat verder zal stijgen”.

“Wij zoeken een ondernemer”

Het Nationaal Park de Biesbosch heeft niet de ambitie om zelf accommodaties te gaan exploiteren.

Marianne den Braven: “Wij zoeken een ondernemer die het concept over wil nemen en er nog een aantal Ecolodges bij wil bouwen om tot een interessante en rendabele businesscase te komen. Misschien ook in combinatie met een horecavoorziening. De ondernemer kan daarbij gebruik maken van de ervaringen die we met het prototype hebben opgedaan. We moeten dan afspraken maken met die ondernemer en de terreineigenaren over het aantal Ecolodges en de locaties in het park. De verdiensten voor het park zit dan bijvoorbeeld in het verpachten van de locaties. Met dit model zou het park dan een vaste jaarlijkse inkomstenbron hebben waar relatief weinig tijd inzet van onze kant tegenover staat. Over de hoogte van die inkomsten kan ik nu nog weinig zeggen”.

Leerpunten/tips voor het ontwikkelen van een bijzondere accommodatie in de natuur

Het resultaat van 2017 moet nog opgemaakt worden en ook moet de afgelopen vijf jaar nog geëvalueerd worden maar Marianne den Braven kan al wel vast een aantal leerpunten/tips noemen:

- betrek vanaf het begin de (potentiele) ondernemer bij de ontwikkeling van het type accommodatie zodat wensen en ambities direct ingebracht kunnen worden;
- meerdere units zullen nodig zijn om een businesscase rendabel te maken;
- bepaal van te voren de locaties in afstemming met de terreinbeheerders en de ondernemer zodat het type accommodatie daarop afgestemd kan worden. Hoe meer afgelegen de locatie des te primitiever de accommodatie zal moeten zijn om de beheer- en onderhoudskosten acceptabel houden.



Nationaal Park
De Biesbosch

Bijlage 1: Methodiek

Inzicht in de huidige financiële organisatie van Nationale Parken

De Nederlandse overheid stimuleert dat Nationale Parken gedragen worden door de lokale partners die samen het Nationale Park vormen. De veronderstelling is dat deze partners gezamenlijk zodanig (financieel) voordeel behalen door het predicaat Nationaal Park dat zij bereid zijn een aandeel mee te betalen aan de onderliggende organisatie. Een benchmark met Nationale Parken in het buitenland (Italië, Duitsland, Denemarken) laat zien dat overheden daar over het algemeen de grote geldschieters zijn van de Nationale Park-organisaties.

Grondbezitters hebben vaak zelf moeite om de kosten van openstelling van de natuur op hun terreinen te betalen vanuit de eventuele inkomsten die zij verwerven. Bij ondernemers die gebruik maken van (de naam van) het Nationaal Park is nog een bewustwordingsproces nodig dat deze natuur en het landschap niet vanzelf in stand blijft.

Door de oogharen zien we een relatie tussen grondbezit en de complexiteit van de Nationale Park organisatie en –financiering. Wanneer het grondgebied dat het Nationale Park beslaat volledig overeenkomt met de eigendomssituatie van één eigenaar zijn er geen verdelingsvraagstukken. De status Nationaal Park is dan mogelijk geïnitieerd door de grondeigenaar en dient dan als marketinginstrument. Voorbeelden zijn de Nationale Parken De Hoge Veluwe en de Veluwezoom. Beleidsmatig hebben deze Nationale Parken te maken met 1-3 gemeenten en 1 provincie.

Wanneer de grond is verdeeld over meerdere eigenaren wordt het verdelingsvraagstuk complexer. Er vinden afwegingen plaats tussen het ‘eigen’ belang van de grondeigenaren, het algemeen belang van het Nationaal Park en de mate waarin een bijdrage aan het Nationaal Park wordt ‘terug verdiend’. Bij de Nationale Parken Wieden-Weerribben en Texel liggen de parken op het grondgebied van één gemeente wat de relatie met de lokale overheid heel direct maakt. Er is één gesprekspartner m.b.t. lokale overheidsfinanciering.

Wanneer de grond is verdeeld over meerdere eigenaren én het grondgebied zich uitstrekt over meerdere gemeenten (en provincies) wordt zowel het verdelings- als het overheidsbeleids- en financieringsvraagstuk complexer. Deze situatie treffen we bijvoorbeeld aan bij de Hollandse Duinen en bij de Nationale Parken de Biesbosch, de Drentse Aa en het grenspark De Zoom – Kalmhoutse Heide.

Belangrijk aandachtspunt volgens de WUR is dat de status en financiering versterkt zal moeten worden indien de Nationale Parken een nieuwe rol moeten gaan oppakken in het proces van regionale branding en of internationale marketing. Daarnaast wordt aangeraden om de rechtspositie en ook de bestuurlijke positie zo aan te passen dat elk van de parken zelfstandig kan meedoen in Europese programma's en projecten.

Hoe zoek je inkomsten voor de Nationale Park organisatie?

Het belang is het aanbieden van een hoogwaardige beleving van landschap, natuur en cultuurhistorie én de titel Nationaal Park ter vergroting van de naamsbekendheid (in binnen- en buitenland).

Het afdragen aan een Nationale Park-organisatie geschiedt op individuele afweging: Welke voordelen heb ik van de betiteling/promotie en wat is mij dat waard?

Er zijn verschillende afspraken mogelijk:

- De grondeigenaar krijgt alle inkomsten van activiteiten op zijn gebied. Hij/zij maakt zelf de keuze om af te dragen naar het Nationaal Park. Overwegingen kunnen divers zijn zoals MVO, overleven, gezamenlijk promotie regio, nut van status Nationaal Park etc.
- De Nationale Park organisatie kan/mag eigen activiteiten in het gebied organiseren zonder of met beperkte afdracht aan betreffende eigenaren. Overwegingen kunnen divers zijn, en zijn aan de grondeigenaar.
- Ondernemers die gebruik maken van het Nationaal Park voor hun activiteiten dragen een bedrag af. Dit kan zowel aan de eigenaar als aan de Nationale Park-organisatie zijn, of aan beide. Hiervoor is onderling overleg nodig.
- Andere partijen dan eigenaren of bedrijven betalen mee aan de Nationale Park-organisatie vanwege overstijgend belang (lokale economie, schoon water, recreatie-gezondheid-cultuurhistorie).

Praktijk

In de praktijk betalen vaak meerdere partijen voor de Nationale Park organisatie. Hiervan kan dan een minimale bezetting gefinancierd worden. Voor extra's moet de organisatie zelf geld binnen halen. Dat gebeurt op allerlei manieren waarbij men soms (ongewenst) concurreert met grondeigenaren.

Deze studie

Vanuit het programma Nationale Parken is aangegeven dat er een kennisbehoefte is aan bruikbare verdienmodellen voor Nationale Park organisaties. Dan bedoelen we: verdienmodellen waarmee inkomsten worden behaald die direct naar de organisatie van het Nationaal Park toevloeit en gebruikt kan worden naar eigen inzicht: coördinatie, promotie, educatie of fysieke verbeteringen. Het doel van de beschrijvingen is “een kijkje achter de schermen van het verdienmodel” te bieden waarmee andere Nationale Parken hun voordeel kunnen doen.

Er is gewerkt met de vragen:

- Hoe is het model tot stand gekomen?
- Wie zijn erbij betrokken?
- Hoe werkt het?
- Wat levert het op?
- Wat wordt met het geld gedaan?

De hoop is dat met deze informatie medewerkers van Nationale Parken geïnspireerd raken/zich gaan afvragen of het ontwikkelen van dergelijke verdienmodellen ook voor hun park interessant is.

Werkwijze

Wij, het expertiseteam Groene Motor, hebben eerst gekeken naar bestaande beschrijvingen van verdienmodellen voor Groen of Natuur. Vervolgens hebben we gesproken met deskundigen op dit terrein te weten Hans Kamerbeek (journalist), Paul de Dooij (De Natuurmakelaar) en Hans Schiphorst (Samenwerkingsverband Nationale Parken). Ook is deelgenomen aan de bijeenkomsten Festival of Change en Leernetwerk ‘Op weg naar succesvolle samenwerkingen’.

Op basis hiervan is een voorselectie gemaakt van verdienmodellen waarvan op grond van de beschikbare informatie te verwachten is dat ze tenminste € 10.000,- per jaar op kunnen brengen of eenmalig tenminste € 20.000,-.

De navolgende discussie in het Expertiseteam Groene Motor leverde op:

- Dat we ons richten op middelgrote verdienmodellen omdat de kleine draagvlakgerichte acties (bv stickers I love) wel bekend zouden moeten zijn bij de Nationale Park organisaties en de grote verdienmodellen (drinkwater, gezondheid) op een overkoepelend niveau geregeld moeten worden.
- Dat we ons richten op verdienmodellen die geld op kunnen leveren voor de Nationale Park organisatie. Vaak zijn dat modellen die niet of in beperkte mate grondgebonden zijn.
- Dat subsidies en belastingconstructies niet onder de beoogde verdienmodellen vallen.

Uiteindelijk is gezamenlijk een lijst van 10 verdienmodellen vastgesteld. Hiervan zijn er enkele afgevallen omdat ze of niet tot realisatie waren gekomen of omdat de ervaringsdeskundigen geen meerwaarde zagen in het delen van hun informatie. Uiteindelijk zijn er zes portretten met voorbeelden ontstaan zoals te lezen in deze publicatie.

Voorbeelden ter inspiratie

Zoals uit de werkwijze blijkt is de presentatie geen wetenschappelijke analyse van alle lopende/inwerking zijnde verdienmodellen in de Nationale Parken in Nederland. Aan de hand van gesprekken is op basis van de verwachte verdiensten voor een Nationale Park-organisatie, ervaringen en interesses een selectie gemaakt.

De presentatie van de verdienmodellen is niet bedoeld om ze te beoordelen met het doel om er een rangorde aan te geven. Ze dienen slechts ter inspiratie. Dit betekent dat we de uitkomsten van het onderzoek aan de verdienmodellen tonen ongeacht of die inderdaad de gewenste hoeveelheid inkomsten opleveren.

Bijlage 2: Samenvatting resultaten

Waarnemingen tijdens de interviews en het verzamelen van gegevens over de verdienmodellen

De betrokkenen waren graag bereid om over 'hun' verdienmodel te vertellen, met name ook om het verdienmodel in de juiste context te plaatsen en onderliggende informatie over (werkelijke) kosten en opbrengsten te geven. Ook was men nieuwsgierig naar de verdienmodellen die in andere parken zijn ontwikkeld en in werking zijn. Hoe die verdienmodellen daar precies werken en of ze echt interessant en/of toepasbaar zijn in het eigen park is van een afstand vaak niet te bepalen.

De bekeken modellen zijn zeer verschillend van aard, vaak gebiedsspecifiek en moeilijk met elkaar te vergelijken en eigenlijk niet in een 'Excel' sheet te presenteren. Elk model heeft zijn eigen verhaal en achtergrond en dat komt in een tabel niet tot zijn recht.

De geïnterviewde mensen zijn het er allemaal over eens dat de term "Verdienmodel" niet de lading dekt. Het zijn vaak een ander soort modellen dan waarover in de commerciële wereld wordt gesproken (businesscases). In de meeste gevallen is het beter te spreken van bijvoorbeeld "Maatschappelijke Betrokkenheid" model. Kosten en opbrengsten zijn niet nauwkeurig allemaal in euro's vast te stellen.

Er wordt vaak veel tijd gestoken in het ontwikkelen en uitvoeren van een model door medewerkers van een park en door vrijwilligers. Deze tijdinzet wordt niet omgerekend in euro's en afgetrokken van de euro's die verdiend worden. Ook de opbrengsten zijn niet allemaal in euro's om te rekenen. Er komt cash geld binnen maar voor de meeste modellen is het vergroten van de naamsbekendheid van het park en de betrokkenheid bij het park veel belangrijker. Dit levert indirect en pas op langere termijn geld op.

Conclusies

De verdienmodellen die in deze publicatie zijn opgenomen variëren in de opbrengsten, zowel in harde valuta als in maatschappelijke opbrengsten. Het vraagt vaak veel (onbetaalde) menskracht om deze opbrengsten te realiseren. Daarbij zijn de opbrengsten niet stabiel. Een Nationale Park draaien op deze inkomsten is daarom zeer kwetsbaar en is absoluut geen basis voor een duurzaam voortbestaan.

Het ontwikkelen en implementeren van een verdienmodel is daarbij maatwerk. Het kan zomaar gebeuren dat een model in het ene gebied wel en in het andere gebied niet werkt of weinig oplevert, terwijl de uiterlijke omstandigheden gelijk lijken. En ook andersom kan iets wat op de ene plek niet werkt, elders juist goed uitpakken.

De betrokkenen geven aan dat zij graag verder kennis uitwisselen over manieren om inkomsten voor Nationale Parken te genereren. Zij verwachten dat er ook mogelijkheden zijn om modellen samen op te pakken en te versterken waarbij meerdere Nationale Parken hogere inkomsten kunnen realiseren.



De publicatie is gemaakt in opdracht van het programma
'Naar Nationale Parken van Wereldklasse'

www.nationaleparkenwereldklasse.nl
december 2017