

Groen Geven, kan het nog meer worden?

Henne Haagsman, bureau Groen Geregeld

Natuurorganisaties zouden het ondernemerschap in de sector nog meer moeten stimuleren. De toegenomen aandacht op het gebied van groen, gezondheid en duurzaamheid biedt kansen om meer inkomsten te genereren.

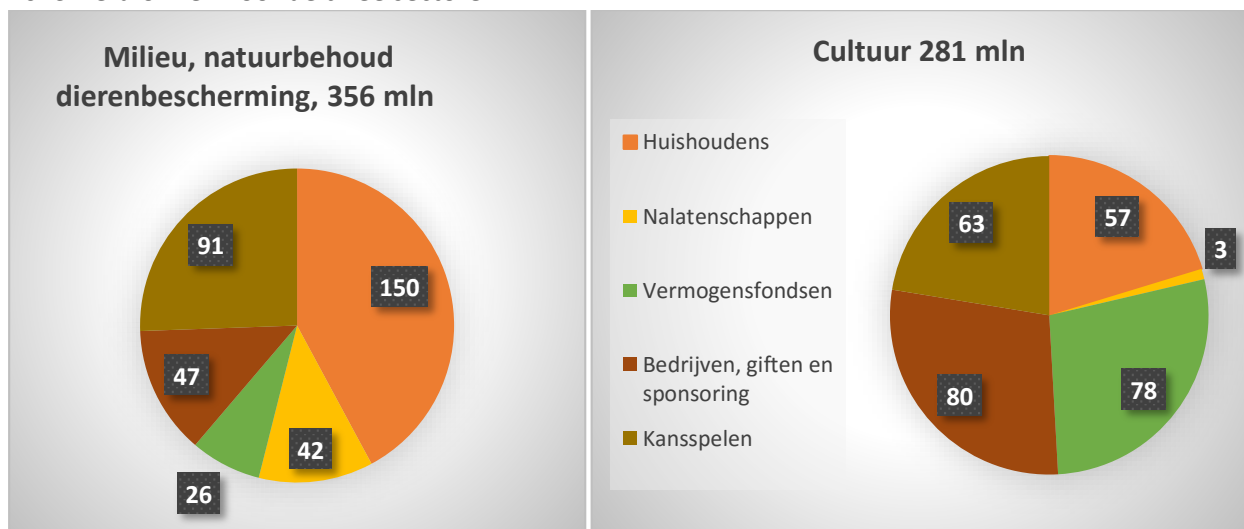
Al enige jaren neemt de vanzelfsprekendheid van overheidssubsidies af en is de speurtocht naar andere financieringsmogelijkheden voor elke maatschappelijke organisatie een must. In een verkenning die in opdracht van Innovatie Agro & Natuur (ministerie van EZ) is uitgevoerd door bureau Groen Geregeld, is gekeken naar de overeenkomsten en verschillen tussen de sectoren cultuur en natuur. Dat levert een aantal inzichten op waar de sector natuur haar voordeel mee kan doen.

Ondersteuning van de sectoren cultuur en natuur

Uit de cijfers gebaseerd op de twee laatste edities van 'Geven in Nederland', blijkt dat zowel de sector cultuur als de sector natuur fors gekort zijn in de subsidies. Vanuit het ministerie van OC&W wordt de culturele sector sinds 2012 ondersteund met een programma om het ondernemerschap te stimuleren. Dit programma dient als compensatie van het wegvallen van diverse cultuursubsidies. Gedurende vier jaar wordt circa € 3,3 miljoen per jaar geïnvesteerd in ondernemerschap. Bovendien wordt het geven aan culturele goede doelen ondersteund tot 2017 met een extra fiscaal voordeel, in de hoop meer 'geefgeld' beschikbaar te maken voor deze sector. Voor de natuursector is er geen vergelijkbare compensatie vormgegeven vanuit de overheid. Wel heeft het ministerie van EZ in het afgelopen jaar met Nyenrode, IUCN en WUR gewerkt aan het vormgeven van de Masterclass Green Finance Academy (over het rendement van investeren in natuurprojecten) en is een onderzoek uitgezet over vernieuwende financieringsmodellen voor natuur.

In een gespreksronde met een aantal deskundigen in het culturele veld is gevraagd hoe zij tegen de natuursector aankijken en hoe zij enkele verschillen verklaren. Uit de reacties over het OC&W programma om het ondernemerschap in de cultuur te ondersteunen komt naar voren dat de natuursector minder goed zijn stem heeft laten horen in 'Den Haag', want 'bomen praten niet'. En het kan zijn dat de cultuursector beter bij de overheid en politiek heeft gelobbyd.

2013 De bronnen voor de twee sectoren



Verschillende bronnen van inkomsten

Wat verder opvalt uit de cijfers van de twee laatste edities van 'Geven in Nederland' is dat de sector milieu, natuur en dierenbescherming (cijfers uit de natuursector worden niet apart gepresenteerd) relatief veel inkomsten ontvangt vanuit de huishoudens en kansspelen. Voor natuurorganisaties is het van belang een breed draagvlak te houden bij de burgers en daarmee is deze bron van inkomsten ook een indicatie voor de maatschappelijke legitimatie. Maar tegelijkertijd is er de noodzaak om ook naar andere mogelijkheden voor bijdragen te kijken. Voor veel organisaties geldt dat de aantallen leden of donateurs afnemen. Jongeren zijn veel minder geneigd zich voor langere tijd aan een organisatie te binden, dus moeten de organisaties op zoek naar meer bronnen van inkomsten.

De sector cultuur ontvangt juist veel via bedrijven (giften en sponsoring), gevolgd door de vermogensfondsen en de kansspelen. Aan de respondenten is gevraagd waarom volgens hen de natuursector minder succesvol is in het verkrijgen van geld uit deze vermogensfondsen. Aan de ene kant bestaan er simpelweg minder fondsen voor natuur. Veel fondsen voor kunst en cultuur zijn van oudsher opgezet vanuit elitaire kringen, daarmee lijken cultuurfondsen een hogere status te genieten. Waarschijnlijk is elite en status ook een reden waarom nieuwe fondsen vaker voor kunst en cultuur kiezen. Het VSB fonds heeft indertijd het doel 'natuur en milieu' geschrapt uit de aandachtsgebieden, vanwege de krimp in vermogen die het fonds meemaakte door de crisis.

Aan de andere kant lijkt de natuursector minder succesvol in het bereiken van de vermogensfondsen: dit kan te maken hebben met de onbekendheid daarmee. Natuurorganisaties zijn namelijk van oudsher meer gericht op een behurende en beschermende taak. Dat geeft een meer naar binnen gerichte bedrijfscultuur. Als natuurorganisaties ondernemender willen worden, moeten zij meer inzetten op verbredende fondsenwervende activiteiten. Meer creativiteit met oog voor de veranderende maatschappelijke thema's als gezondheid, groen en maatschappelijk verantwoord ondernemen kan de natuursector helpen met meer succesvollere aanvragen bij andere financiers.

Ondernemerschap meer in de genen brengen

De taak van natuurbeheer en -behoud kan alleen maar hand in hand gaan met naar buiten gerichte organisaties die zich ook herkennen in een fondsenwervende doelstelling. Dat betekent dat het ondernemerschap moet worden gestimuleerd. Mogelijk is ook een herpositionering van het maatschappelijk belang van organisaties aan de orde. Sommige natuurbeschermers lijken koudwatervrees te hebben als het gaat om commerciële denken. Zo zou de boswachter bijvoorbeeld na een excursie de deelnemers een folder kunnen geven, waarin de mogelijkheden voor giften passend worden weergegeven. Deze vorm van betrokkenheid vragen lijkt laagdrempelig, maar is niet voor alle medewerkers vanzelfsprekend. De organisaties zouden in deze veranderde omstandigheden stappen moeten zetten om te werken aan het meer ondernemend worden. Verder is het vertellen van het verhaal waar de organisatie voor staat heel belangrijk om betrokkenheid te creëren en te behouden voor de diverse doelgroepen.

Ambassadeurs voor de natuur

Opmerkelijk is dat men bij de natuursector minder een beeld heeft van 'wie daar voor staan'. Bij toonaangevende discussieprogramma's op televisie is nauwelijks een naam van een ambassadeur voor de natuur te noemen. De natuur heeft volgens enkele geïnterviewden een 'smoel' nodig. Voor de cultuursector zien we vaker toonaangevende personen uit de cultuursector die zich mengen in een kwestie of bekende Nederlanders die hun ervaringen delen over een tentoonstelling of voorstelling. Natuurorganisaties zouden op zoek kunnen gaan naar geschikte ambassadeurs voor de natuur; mensen die met verve natuur op de maatschappelijke agenda weten te zetten.

Eén stem: samen sterk

Natuurorganisaties zouden meer kunnen samenwerken als het gaat om hun 'stem' te laten horen richting overheid en politiek. Met de landelijke verkiezingen in aantocht is de tijd rijp om de financieringsmogelijkheden voor de natuursector extra onder de aandacht te brengen. Het zou heel mooi zijn als het ministerie van EZ het ondernemerschap in de sector kan stimuleren en onderlinge ervaringen kan laten uitwisselen met een eigen programma. De organisaties zouden ook kunnen samenwerken om ambassadeurs te vinden voor de natuur. De individuele organisaties zijn erbij gebaat om op meerdere fronten aan de zichtbaarheid, de waarden en herkenbaarheid van de organisatie te werken. Het verhaal van de natuur zou meer in beleving en beelden naar voren kunnen worden gebracht, om betrokkenheid te creëren. De aandacht hiervoor kan leiden tot een grotere interesse en steun van het brede publiek, zowel van de gewone burgers als van potentiële vermogenden. Binnen de organisaties is er waarschijnlijk nog een zetje in de rug nodig om de verandering die het fondsenwerven en ondernemerschap met zich mee brengt, breed te dragen en te professionaliseren. Met het doel voor ogen dat de natuur in Nederland er uiteindelijk beter van wordt, is dat een barricade in het landschap die te overzien is.

Dit artikel is op persoonlijke titel geschreven door Henne Haagsman van bureau Groen Geregeld. De bevindingen zijn gebaseerd op de verkenning die is uitgevoerd in opdracht van Innovatie Agro & Natuur van het Ministerie van Economische Zaken. De publicatie is te verkrijgen via www.innovatieagroennatuur.nl en www.groengeregeld.nl

Bronnen:

Geven in Nederland 2013, prof. dr. Theo Schuyt, drs. Barbara Gouwenberg en prof. dr. René Bekkers; Reed Business Education, Amsterdam
Geven in Nederland 2015, prof. dr. René Bekkers, prof. dr. Theo Schuyt en drs Barbara Gouwenberg; Reed Business Education, Amsterdam