



Verkorte versie

Basisverhaal Programma Natuur

'Uitgangspunten voor communicatie'

INLEIDING

Een gedragen verhaal over natuurherstel

Veel Nederlanders hebben een positief beeld bij natuur. Tegelijkertijd hebben zij geen duidelijk beeld van wat natuur is en wat ervoor nodig is om die in stand te houden. Ook weten veel mensen niet hoe zij daar zelf aan kunnen bijdragen.

Met het Programma Natuur investeren Rijk (Ministerie van LNV), provincies, terreinbeherende organisaties (Staatsbosbeheer, Natuurmonumenten en LandschappenNL) en uitvoeringsorganisatie Rijkswaterstaat in het herstel en behoud van natuur. Met een gezamenlijke communicatiestrategie willen zij komen tot een beter begrip van natuur, ander gedrag in de natuur en uiteindelijk tot een natuur inclusieve samenleving. Immers: zolang het nut van een gezonde natuur niet duidelijk is uitgelegd, is er (te) weinig begrip voor natuurmaatregelen en te weinig handelingsperspectief voor burgers om de natuur blijvend gezond te houden.

Belangrijk onderdeel van deze strategie is een 'gedragen verhaal' waarmee de waarde en het belang van een gezonde (robuuste) natuur het beste kan worden uitgelegd aan een brede groep van 'in natuur geïnteresseerde burgers', zodat bij deze groep een beter begrip kan ontstaan voor de natuur(herstel)maatregelen die overheid en terreinbeheerders nemen.

Dit natuurverhaal staat niet op zichzelf. Het vormt ook onderdeel van een groter kader, bijvoorbeeld voor het natuurdeel van het Nationaal Programma Landelijk Gebied, en komt terug in actualiteit zoals rondom stikstof en natuur.



Doelgroep:

In natuur geïnteresseerde burgers
(burgers die van natuur genieten)

Doel:

- **Bewustwording:** van het nut c.q. belang van een gezonde (robuuste) natuur
- **Begrip:** voor natuur(herstel)maatregelen die overheden en terreinbeheerders nemen
- **Gedrag:** laten zien hoe burgers zelf kunnen bijdragen aan een gezonde natuur

LESSEN UIT ONDERZOEK EN MEEDENKSESSIES

In een vooronderzoek hebben we kennis en informatie verzameld als basismateriaal voor een nieuw natuurverhaal. We hebben publieksonderzoeken doorgenomen, gesproken met onderzoekers, het netwerk in kaart gebracht en een drietal meedenksessies met deskundigen en betrokkenen gehouden. We zetten de lessen daaruit kort op een rij. In de tekst hieronder zijn links opgenomen naar het volledige rapport.

- Uit **publieksonderzoeken** komt naar voren dat het overgrote deel van de Nederlandse bevolking het erover eens is dat de natuur belangrijk is. Wat men als belangrijkste motivatie daarvoor noemt, is dat de natuur de basis is voor alles wat leeft. Bij het begrip natuur staan de positieve associaties sterker op de voorgrond dan de negatieve associaties, terwijl dat bij klimaat en milieu andersom is. Hieruit trekken we de conclusie dat veel mensen intuïtief het belang van natuur zien. Ze koppelen dit niet aan (eigen) handelen omdat zij het zien als verantwoordelijkheid van de overheid, omdat ze niet weten welke handelingen relevant zijn, of omdat het korte termijn belang (nu van het leven genieten) voorrang krijgt. Mensen vinden het erg dat soorten verdwijnen. Verlies-denken kan een sterke trigger, die te gebruiken is om mensen te 'raken'. Maar doemscenario's zonder positieve tegenhanger en een concreet gedragsalternatief zorgen juist voor apathie en niet-handelen. Koppel verliesverhalen daarom altijd aan een concreet gedragsalternatief met positief resultaat.
- Als we alle organisaties en mensen op een rij zetten die commitment hebben getoond bij de Agenda Natuurinclusief, zien we een breed en actief netwerk dat zich wil verbinden aan een positieve natuurboodschap en zich wil inzetten voor een natuur inclusieve samenleving. Dit brede netwerk is goed inzetbaar bij het vertellen en verspreiden van het (nieuwe) natuurverhaal.
- We hebben drie **meedenksessies** georganiseerd met verschillende groepen participanten: communicatieadviseurs van de dragende partijen van Programma Natuur (ministerie van LNV, provincies en terreinbeheerders), vertegenwoordigers van groene publieksgerichte organisaties en met de groep young (natuur)professionals.

Hierin hebben we gebruik gemaakt van drie perspectieven op natuur: de mens centraal, de natuur centraal en 'wij zijn natuur'. Dit zijn de belangrijkste uitkomsten:

- **'Wij zijn natuur' is een belangrijk perspectief dat door velen herkend wordt.** We zijn onlosmakelijk verbonden met de natuur. We hebben een maatschappij gecreëerd waarin we los staan van de natuur en haar zien als iets dat we gebruiken. Het is de oorzaak van de problemen waar we nu in zitten. Om het tij te keren is het nodig steeds sterk te werken en communiceren vanuit het idee 'wij zijn natuur';
- **Wij zijn onderdeel van natuur is logisch voor de deelnemers.** Het 'systeemverhaal' wordt gezien als een basiskennis en bewustzijn die overgebracht moeten worden: uitleggen hoe alles samenhangt en wat dat voor de mens en andere onderdelen van het systeem betekent;
- **Gebruik twee invalshoeken:** (1) laat het systeem en de samenhang zien (kennis en bewustzijn), (2) maak het persoonlijk (emotie, handelingsperspectief);
- **Vanuit het mensperspectief gaat het om een zo hoog mogelijke kwaliteit van leven.** Benader dit niet te klinisch of te zakelijk met alleen ecosysteemdiensten zoals schone lucht en water; mensen moeten natuur gaan ervaren en beleven;
- **Wat opvalt is dat deelnemers zelf aangeven dat zij de natuur centraal stellen,** maar ervan overtuigd zijn dat de doelgroep (de brede publieksgroep 'mensen die van de natuur genieten) de mens centraal stelt;
- **Kom met een wenkend perspectief,** een verhaal om te laten zien hoe goed of aantrekkelijk het kan worden.



Foto Saxifraga - Mark Zekhujs



HET GEZAMENLIJKE NATUURVERHAAL

De lessen uit de publieksonderzoeken en de meedenksessies zijn benut voor een concept-basisverhaal natuur. Dit concept is gepretest onder de doelgroep. Zo zijn we gekomen tot:

Het basisverhaal natuur

Natuur is de basis van alles wat leeft. Ook van ons. We realiseren het ons niet dagelijks, maar door natuur zijn we schatrijk: ze geeft frisse lucht, drinkbaar water, grondstoffen, voedsel, gezondheid, plezier, rust en ontspanning. We genieten van natuur en voelen ons blij en gelukkig met natuur om ons heen.

Wij zijn natuur

Natuur en mens zijn onderdeel van één systeem: leven op aarde. Al dat leven is met elkaar verbonden. Biodiversiteit, natuur, klimaat en milieu werken samen en hebben invloed op elkaar.

Veerkrachtige, sterke natuur helpt ons met de uitdagingen waar we samen voor staan. Ze beschermt ons tegen ziekten en plagen, droogte en extreem weer. Ze slaat CO2 op en zuivert de lucht die we inademen. Houdt ons hoofd koel, onze koelkast gevuld en onze voeten droog. We weten wel dat natuur belangrijk voor ons is. Toch lukt het niet altijd om ernaar te handelen. Hoe komt dat?

Grens bereikt

Jarenlang hebben we onszelf boven de natuur geplaatst. We zijn opgegroeid met het idee dat we natuur oneindig kunnen gebruiken, veranderen en ontwikkelen. We bedwongen het water, polderden land in en zagen kans om de economische productie steeds verder op te voeren.

We zijn nu zo ver dat we er niet meer omheen kunnen: we hebben de grens van wat we kunnen nemen van natuur bereikt. Natuur is niet alleen veerkrachtig maar ook kwetsbaar.

Het natuursysteem is ontwricht. Dier- en plantsoorten verdwijnen of sterven uit. We zien meer plagen en ziekten, droogte, hitte en overstromingen. Als we niets doen, gaan onze kinderen dit nog veel meer merken en is de wereld voor hen niet meer leefbaar.

Verandering is dichtbij

Gelukkig kunnen wij het nu veranderen. Het ligt in onze handen, dichtbij en binnen bereik. Want natuur is overal om ons heen. We kunnen de natuur en dus onszelf helpen. In plaats van een aarde met weinig soorten juist een florierende aarde doorgeven aan onze kinderen.

Door méér te willen. Meer natuur, meer leven. Meer planten, dieren, bloemen en bomen. Meer rijkdom, diversiteit, afwisseling en kleur. Meer rust en ruimte voor natuur. Meer groen om je heen, in je tuin of op je balkon, in de stad en op je werk.



Natuur heeft waarde. Goed zorgen voor natuur zorgt direct én indirect voor ons geluk, onze gezondheid en ons voortbestaan. Natuurherstel levert ons dus rijkdom én geluk én een toekomst op.

Werken aan natuurherstel

Het natuursysteem staat of valt met een grote diversiteit aan soorten. Veel bijzondere soorten zijn vooral nog te vinden in natuurgebieden, met name in Natura2000-gebieden. Het Rijk, de provincies en de natuurorganisaties werken daarom via het Programma Natuur aan natuurherstel in de Nederlandse natuurgebieden. De maatregelen in en rond de gebieden moeten ervoor zorgen dat bijzondere soorten een grotere kans hebben om te overleven, zich uit te breiden of terug te keren. En wij mensen, kunnen zo van de grote diversiteit van de natuur blijven genieten.

Naar een natuurinclusieve sameleving

Niet alleen binnen natuurgebieden wordt gewerkt aan natuurherstel, maar in het hele land. Het opnieuw rijk maken van de natuur in Nederland is een grote opgave. Daarom werken we er ook met zoveel mensen aan: overheid, natuurorganisaties en bedrijven. Iedereen kan meedoen! Jij ook. Wat kun je zelf doen? Veel.

Er is niet één oplossing. Alle kleine stapjes dragen samen bij en je kunt kiezen wat bij jou past. Van extra bloemen op je balkon tot het aanleggen van een voedselbos. Wat jij doet, doet er toe!

STRATEGISCHE UITGANGSPUNTEN

1. Geef het natuurverhaal een maatschappijbrede afzender

Aan de beweging die langzaam ontstaat in het kader van de Agenda Natuurinclusief en het Deltaplan Biodiversiteitsherstel is te zien dat de zorg en bereidheid om te handelen al breed gedeeld wordt. Om meerdere redenen is het gewenst, of misschien wel noodzakelijk, dat het natuurverhaal door veel afzenders wordt uitgedragen. De eerste reden is dat daarmee wordt getoond dat er een groot draagvlak is voor bescherming en herstel van natuur. Dat draagvlak is niet altijd zichtbaar, omdat de groep die bescherming en herstel steunt over het algemeen een wat stille groep is.

De tweede reden is dat de pretest laat zien dat als de overheid als enige afzender acteert, dit wrevel oproept bij (waarschijnlijk het iets meer donkergroene deel van) de doelgroep. Zij stellen dat dit ongeloofwaardig klinkt, omdat de achteruitgang van natuur al lange tijd te zien is en er in hun beleving te weinig aan gedaan is door de overheid.

Laat zien dat het natuurverhaal door veel overheden, organisaties en bedrijven wordt gesteund. En hoe zij dat concreet doen: door samen te werken in het Programma Natuur:

Met het Programma Natuur werken Rijk, provincies en natuurorganisaties aan natuurherstel in Nederland en aan een natuurrijke samenleving.

Het opnieuw rijk maken van de natuur in Nederland is een grote opgave. Daarom werken we er ook met velen aan. Iedereen kan meedoen. Jij ook.

2. Gebruik drie kernpunten in de communicatie

Elk verhaal over natuurherstel zou steeds de volgende drie kernpunten moeten bevatten. Deze komen idealiter terug in alle communicatieuitingen. Deze drie kernpunten zijn:

1. Het gaat over rijkdom en verbondenheid

Natuur gaat over rijkdom: over alle diversiteit, kleur, geur, leven in onze bossen, duinen, natuur langs de rivier, parken, de vogels, vissen, zoogdieren, bomen. Diverse, sterke natuur zorgt voor ons geluk en voortbestaan (gezonde lucht, water, bodem). Mens en natuur staan niet los van elkaar. We zijn deel van hetzelfde systeem. De een kan niet zonder de ander. Als we goed zorgen voor de natuur, zorgen we goed voor onszelf.

2. Zorg voor natuur is een breed gedragen wens

8 op de 10 Nederlanders vindt het belangrijk dat we goed voor de natuur zorgen en wil dat de overheid dit ook doet. Veel partijen werken er samen aan: overheden, bedrijven, groene organisaties en particulieren. 'We doen het met elkaar'.

3. Het is urgent (dringend én noodzakelijk), én we hebben handelingsperspectief

We moeten nu aan de slag, want er verdwijnen steeds meer soorten dieren en planten uit de Nederlandse natuurgebieden. De bossen, heide, beken, veengebieden, duinen moeten nu worden versterkt, anders gaat er teveel verloren. De rijkdom van natuur met alle diversiteit behouden en weer terugbrengen: dat is nu de inzet. Werken aan gezonde leefgebieden voor dieren, planten, bomen en aantrekkelijke gebieden voor onszelf om van te genieten en ons goed te voelen. Wat ieder van ons doet, doet ertoe. Ook als je bijvoorbeeld in een gebied bent waar aan de natuur gewerkt wordt (zie hieronder welke handelingsperspectieven je kunt gebruiken)

3. Geef een concreet handelingsperspectief: 'Wat jij doet, doet ertoe'

'Wat jij doet, doet ertoe', loopt als een rode draad door het natuurverhaal. Vanuit de verbondenheid van mens en natuur ('wij zijn natuur') is alle gedrag van de mens, ook op individueel niveau, van invloed. Of dat nu in een natuurgebied is, of in de directe leefomgeving. Vanuit dit besef is het belangrijk om duidelijk te maken hoe iedereen een bijdrage kan leveren aan een gezonde natuur, en dus ook aan natuurbehoud en -herstel. De concrete omgeving c.q. situatie waarin de doelgroep zich bevindt is hierin bepalend voor het handelingsperspectief en de in te zetten communicatie.



	Concrete handelingen
Natuurgebied	Wat jij doet, doet ertoe: <ul style="list-style-type: none"> - houd je hond aan de lijn - blijf op de paden - neem je afval mee - bezoek niet na zonsondergang - raap zwerfafval op tijdens je natuurwandeling
Sociale omgeving	Wat jij doet, doet ertoe: <ul style="list-style-type: none"> - neem je kinderen mee naar het bos - praat met familie en vrienden over wat natuur betekent voor jou, het belang van natuur en wat jij daar zelf aan doet - volg je lokale boswachter en nodig anderen uit om dit ook te doen
Eigen omgeving	Wat jij doet, doet ertoe: <ul style="list-style-type: none"> - neem een groene fietsroute naar je werk - plant (inheemse) bloemen en planten in je tuin - leg een groen dak aan - raap zwerfafval op in je buurt - koop je boodschappen bij een duurzame boer in de buurt - overtuig je gemeente over te stappen op ecologisch groenbeheer van berm en plantsoenen - consumeer duurzaam en natuurbewust

4. Taalgebruik: maak natuur en natuurherstel concreet en tastbaar

Benadruk de onderliggende waarde van natuur

Natuur is voor iedereen anders. In plaats van te vervallen in discussies over wat natuur is, is het belangrijk te focussen op de onderliggende waarden van natuur, en die expliciet te maken in het taalgebruik: natuur is rijkdom, meer natuur, meer leven, natuurherstel brengt rijkdom, biodiversiteit is leven.

Maak natuur concreet

Maak de natuur waar het over gaat, zo concreet mogelijk, met de namen van soorten, geografische namen, de verschijningsvorm (het type natuur), zodat iemand een helder plaatje voor zich ziet, weet waar het over gaat.

Gebruik woorden om over natuur te spreken die een koppeling maken met de zintuigen. Het gaat om woorden die aansluiten bij wat de doelgroep kan voelen, ervaren, ruiken, zien, beleven: geurende bloemen, de ochtendzon op je huid, het getinkel van vogels, het lome, zomerse zoemen van hommels, frisse lentegras onder je voeten, oude bomen waar je bij kunt schuilen.

Lidwoorden (de, het, een) vergroten de afstand tussen de zelfstandige naamwoorden waar ze bij horen. Om de afstand tussen mens en natuur juist te verkleinen, is het beter lidwoorden te vermijden: gebruik zo min mogelijk 'de' voor de woorden mens en natuur. Vermijd ook woorden die de 'kloof' tussen mens en natuur benadrukken, zoals tegenstelling, afstand, scheiding, tussen, hindernis, conflict.

Maak de noodzaak tot natuurherstel concreet

Bij het duiden van de urgentie voor natuurherstel is het ook belangrijk het probleem zo helder en tastbaar mogelijk te maken. Het gaat om: eeuwenoude bomen die omvallen, bossen en bomen die eruit gaan zien als kale staken, een stromende beek waar ijsvogels in jagen die permanent droog begint te vallen, de steeds kleinere kans op het zien van spelende konijnen in de duinen, of om stern en andere vogels te zien jagen boven het IJsselmeer.

Maak het natuurherstel concreet

Bij communicatie-uitingen over een specifieke plek of gebied (van provincie tot een lokaal natuurgebied) is het zinvol om zo concreet mogelijk te zijn over wat er op het spel staat, wat gewonnen wordt door te werken aan robuuste natuur én wat er voor nodig is om daar te komen. Dat kunnen ook maatregelen zijn die er niet uitzien als natuurherstel, maar wél noodzakelijk zijn voor herstel op langere termijn.

Wees in de communicatie over natuurherstel ook specifiek over wie wat doet: het Rijk betaalt, de provincies voeren uit samen met terreinbeheerders, et cetera.

Lees meer over taalgebruik in het volledige rapport.

5. Bouw op young professionals

Tijdens de meedenksessies kwam de groep young professionals (werkende mbo'ers, hbo'ers en wo'ers tussen de 20 en 35 jaar, actief in het werkveld van duurzaamheid, energietransitie, natuur, klimaat en milieu) overtuigend naar voren als potentiële 'kartrekkers' van het natuurverhaal.

Deze groep kan goed meedenken bij de ontwikkeling van communicatie-uitingen. Ze zijn zich zeer bewust van de problematiek rond natuur en klimaat, snappen de waarde en het belang van gezonde natuur en voelen de urgentie om in actie te komen. Vaak doen zij dit (al) buiten de gebaande paden om en beginnen gewoon hun eigen project of beweging.



Foto Saxifraga-Hans Dekker

6. Gebruik verbindende beeldtaal

Beeld en taal hebben hun eigen kracht. Met beeld kun je de beleving van je verhaal enorm versterken. Dat geldt zeker voor de combinatie met onze fotogenieke natuur. We geven hieronder enkele uitwerkingen.

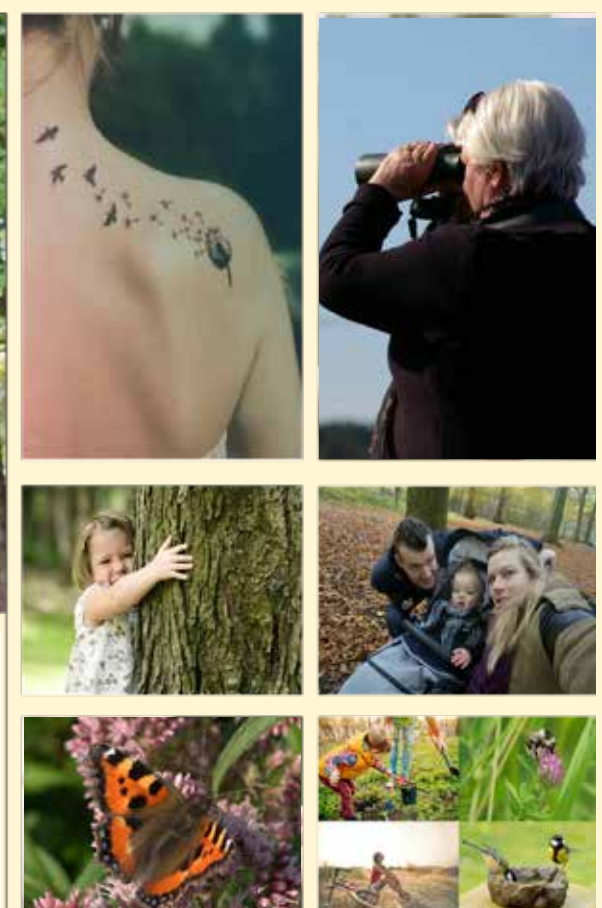
Hoe rijk wil je zijn?

In de beeldtaal kan de diversiteit, de veelkleurigheid, de veelzijdigheid van natuur naar voren komen en worden getoond. Het perspectief van een bloeiende bermen en velden, kleurrijke parken, waterkanten vol afwisseling, wateren waarin vogels spatteren of duiken naar vis, bossen waar spechten van zich laten horen en eekhoorns van tak naar tak springen, gebieden waar volop te genieten valt.



Wat is jouw natuur?

In de beeldtaal kan worden getoond dat iedereen als 'vanzelfsprekend' wel iets heeft met natuur, zonder zich daar misschien sterk bewust van te zijn.



[Lees meer over de beeldtaal en het gebruik ervan in het volledige rapport.](#)

HOE GEBRUIK JE DIT VERHAAL EN DE UITGANGSPUNTEN?

Kies de elementen die jouw verhaal versterken

Natuur komt als rode draad in veel beleid en communicatie voor. De ene keer als doel. Denk aan het verbeteren van omstandigheden om plant- en diersoorten een betere kans te geven. Soms ook als oplossing; als we zorgen dat er meer natuur komt, komt er ook meer ruimte (terug) om te ondernemen, woningen te bouwen en gezond te leven.

Het basisverhaal natuur en natuurherstel en de uitgangspunten kun je gebruiken om het belang van natuur te vertellen. Je hoeft niet altijd alle onderdelen te gebruiken, maar de stap om het belang van natuur expliciet te maken helpt bij de vraag 'waarom is deze maatregel, dit beleid, deze aanpak.... etc nodig'.

In het laatste hoofdstuk van de uitgebreide versie vind je een paar voorbeelden van toepassing. Hier geven we één uitwerking als voorbeeld voor natuurherstel in natuurgebieden in het kader van het Programma Natuur. .

Toepassing: waarom werken we aan natuurherstel?

Afzender en gebruik

Dit verhaal kan worden ingezet door overheden en natuurorganisaties. Misschien is de tekst wat lang en is niet elke organisatie gecharmeerd van elke zin. Dan kunnen die ook worden weggelaten. Zolang de centrale lijn overeind blijft:

- urgentie: het gaat niet goed met natuur in Nederland, terwijl dat de basis is van ons bestaan,
 - grote diversiteit is voorwaarde voor een goed functionerend natuursysteem,
 - daarom investeren we in behoud van bijzondere, zeldzame natuur,
 - dat geeft het perspectief van veerkrachtige, rijke natuur.
- Per gebied kan de hele tekst meer specifiek worden gemaakt: type gebied, welke natuur, welke soorten zijn in het geding.

Basisverhaal natuurherstel

Nederland heeft bijzondere natuurgebieden. Maar het gaat niet goed met de natuur in deze gebieden. Groot probleem is dat veel bijzondere soorten steeds zeldzamer worden. Ook verdwijnen er soorten. [Specifiek maken voor de afzonderlijke gebieden.]

De laatste decennia is veel stikstof in natuurgebieden terechtgekomen, de bodem is extra verrijkt met voedingstoffen. Dat is niet zo positief als het misschien klinkt. De overvloed aan stikstof zorgt ervoor dat soorten die daar niet tegen kunnen verdwijnen. Het gevolg is een kleinere variatie planten en dieren.





Foto Hanneke de Kruijff

Ook klimaatverandering en de afname van leefgebied hebben een negatieve invloed op natuurkwaliteit in Nederland.

Gaten in het natuursysteem

Als er steeds minder soorten zijn, vallen er gaten in onze Nederlandse natuur. Dat werkt als één systeem. Vergelijk het met een voetbalteam dat steeds slechter functioneert als er minder spelers in het veld staan. Terwijl veel mensen in Nederland graag zien dat de natuur goed beschermd wordt. Natuur is de basis van ons bestaan. Een goed functionerend natuursysteem hebben we heel hard nodig. Alle soorten planten en dieren samen vormen de basis van ons bestaan: van onze gezondheid, economie én ons geluk. Dit natuursysteem staat of valt met een grote diversiteit aan soorten.

Investeren in natuur

Veel bijzondere soorten zijn vooral nog te vinden in natuurgebieden, met name in Natura2000-gebieden. Rijksoverheid, provincies en terreinbeherende organisaties werken er samen hard aan om ze daar te behouden en weer toe te laten nemen in aantal. Daarom investeren we met het Programma Natuur fors in herstelmaatregelen, zowel in én rond de natuurgebieden.

Om succes te boeken is het nodig naar het hele systeem van een natuurgebied te kijken. De maatregelen zijn daarom gericht op herstel van de waterhuishouding, de bodem en verbindingen tussen natuurgebieden. De maatregelen moeten ervoor zorgen dat bijzondere soorten een grotere kans hebben om te overleven, zich uit te breiden of terug te keren. En wij mensen, kunnen zo van de grote diversiteit van de natuur blijven genieten.

Ruimte voor de bijzondere soorten

Het zijn steeds maatregelen waar goed over is nagedacht en waarvan bekend is dat ze een positief resultaat geven. Er zijn ook maatregelen bij die natuurbeheerders liever achterwege zouden laten en de natuur juist lijken te schaden: bomen kappen, met grote machines bodemlagen afschrapen of met vrachtwagens grond aan- of afvoeren. Dat gebeurt om weer ruimte te geven aan de bijzondere soorten in de natuurgebieden. Om zeldzame soorten te beschermen is het soms ook nodig de recreatie tijdelijk in te perken. Ook geen prettige maatregel, omdat beheerders liever mensen zien genieten van de natuur.

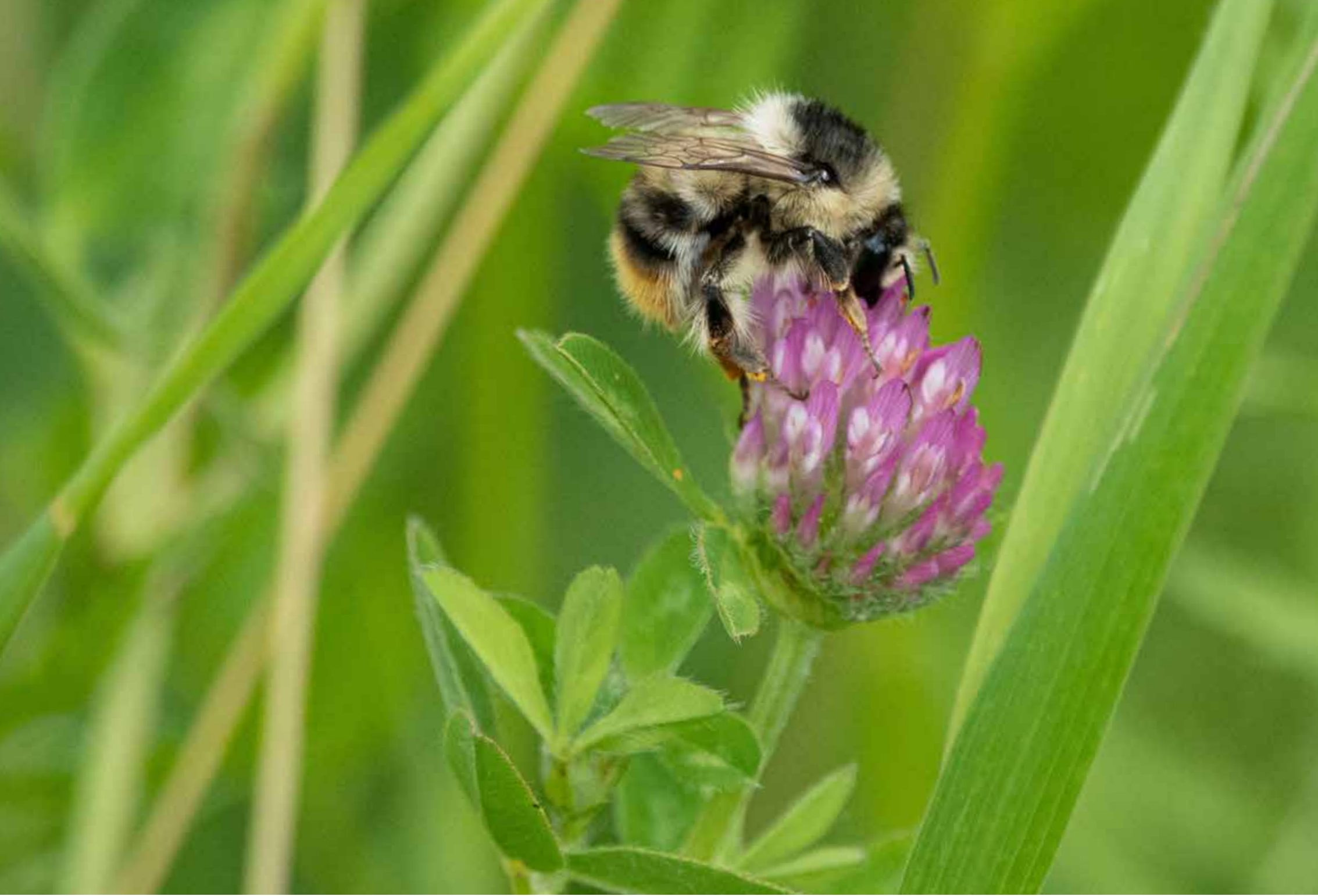
Noodzakelijke maatregelen

Toch zijn deze natuurherstelmaatregelen hoognodig. Alleen dan kunnen bijzondere planten- en diersoorten zich weer handhaven in de natuurgebieden. Zo krijgt de natuur weer meer veerkracht. [Specifiek maken voor de afzonderlijke gebieden: gunstig perspectief.]

Evt. toevoegen bij communicatie over overgangsgebieden:
Dat is ook in het belang van boeren, bouwers en vervoerders. Een rijke en veerkrachtige natuur is randvoorwaarde voor het laten plaats vinden van toekomstige activiteiten in deze sectoren.

Evt. toevoegen persoonlijk handelingsperspectief (bijv.):
Wil je weten hoe jij kunt bijdragen aan natuurkwaliteit in de natuurgebieden? Denk aan:

- kijk op de informatieborden wat mogelijk is en zorg dat je een goede gast bent in het gebied
- raap zwerfafval tijdens je natuurwandeling



Het hele rapport lezen?

Je vindt het vanaf de
volgende pagina >>



Basisverhaal Programma Natuur

'Uitgangspunten voor communicatie'

INHOUDSOPGAVE

1.	Inleiding	3
2.	Bouwstenen uit het vooronderzoek	4
2.1.	Nadere bepaling van de doelgroep burgers	5
2.2.	Publieksonderzoeken	5
2.3.	Interview met onderzoeker	6
2.4.	Meedenksessies 'De natuur heeft een nieuw verhaal nodig'	7
2.5.	Analyse en pretest	7
2.6.	Overzicht netwerk	8
3.	Het basisverhaal natuur	9
3.1.	Publieksversie	9
3.2.	Basisverhaal natuur	10
3.3.	Basisverhaal en onderbouwing	11
3.4.	Aangepaste versie natuurverhaal (met overzicht pretestresultaten)	12
4.	Communicatiestrategie: adviezen	14
4.1.	Het natuurverhaal een maatschappij brede afzender geven	14
4.2.	Kernpunten communicatie gebruiken	15
4.2.1.	Toelichting bij kernpunten	15
4.3.	De kloof houding-gedrag dichtten: uitvoerbare handelingsperspectieven	16
4.3.1.	Concrete handelingsperspectieven: 'Wat jij doet, doet ertoe'	18
4.4.	Bouwen op young professionals	18
4.5.	Beeldtaal en taalgebruik	19
5.	Hoe gebruik je dit verhaal en de uitgangspunten?	21
	Bijlagen	25
1.	Persona's doelgroep burgers	
2.	Vergelijking publieksonderzoeken	
3.	Verslaglegging meedenksessies	
4.	Pretestvragen natuurgenieters	
5.	Pretest resultaten natuurgenieters	
6.	Pretest resultaten deelnemers meedenksessies	
7.	Discoursanalyse	



1. INLEIDING

Veel Nederlanders hebben een positief beeld bij natuur. Tegelijkertijd hebben zij geen duidelijk beeld van wat natuur is en wat ervoor nodig is om die in stand te houden. Ook weten veel mensen niet hoe zij daar zelf aan kunnen bijdragen. Met een gezamenlijke communicatiestrategie over natuur willen Rijk, provincies, terreinbeheerders (Staatsbosbeheer, Natuurmonumenten en LandschappenNL) en uitvoeringsorganisatie Rijkswaterstaat komen tot een beter begrip van natuur, ander gedrag in de natuur en uiteindelijk tot een natuurinclusieve samenleving. Immers: zolang het nut van een gezonde natuur niet duidelijk is uitgelegd, is er (te) weinig begrip voor natuurmaatregelen en te weinig handelingsperspectief voor burgers om de natuur blijvend gezond te houden. Rijk, provincies en terreinbeheerders investeren zelf veel in het herstel en behoud van natuur met het Programma Natuur.

In deze rapportage stippelen we de communicatiestrategie uit. Dat doen we op basis van de opdracht die op 13 juni 2022 door de Minister van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit aan ons (Communicatiebureau de Lynx) is gegund en die wij in samenwerking met Gloedcommunicatie hebben uitgevoerd.

De opdracht

- Een 'gedragen verhaal' waarmee de waarde en het belang van een gezonde (robuuste) natuur het beste kan worden uitgelegd aan een brede groep van 'in natuur geïnteresseerde burgers'. Zodat bij deze groep een beter begrip kan ontstaan voor de natuur(herstel)maatregelen die overheid en terreinbeheerders nemen;
- Een advies over een goed handelingsperspectief voor de doelgroep om zelf bewuster met de natuur om te gaan;
- Een inventarisatie van de belangrijkste stakeholders (brancheorganisaties, natuurverenigingen en waterschappen, niet zijnde het Rijk, provincies en de terreinbeherende organisaties);
- Het Programma Natuur heeft een sterke relatie met het -gebiedsgerichte- Uitvoeringsprogramma Stikstof. Een advies over hoe de waarde van een gezonde (robuuste) natuur en de noodzaak van natuur(herstel)maatregelen het beste kan worden uitgelegd, is daarom ook onderdeel van deze rapportage.

Leeswijzer

In hoofdstuk 2 beschrijven we op welke wijze we de informatie voor het opstellen van de gevraagde strategie hebben verzameld. Alle opgehaalde informatie hebben we omgezet naar lessen of bouwstenen voor de strategie. In hoofdstuk 3 geven we het opgestelde natuurverhaal weer, inclusief de manier waarop dit verhaal tot stand is gekomen (pretest). Hoofdstuk 4 beschrijft onze strategische adviezen voor de communicatie, om het verhaal over het belang van robuuste natuur in Nederland en het belang van natuurherstel succesvol te activeren. In hoofdstuk 5 geven we enkele uitwerkingen hoe het basisverhaal kan worden toegepast in verschillende situaties.



2. BOUWSTENEN VOOR DE STRATEGIE VANUIT HET VOORONDERZOEK

Om de gevraagde strategie te ontwikkelen, hebben we een aantal acties uitgevoerd:

- de doelgroep beter in beeld gebracht;
- publieksonderzoeken doorgenomen;
- interviews uitgevoerd;
- het bestaande netwerk geïnventariseerd;
- drie meedenksessies georganiseerd;
- het concept natuurverhaal gepretest onder de doelgroep én deelnemers aan de meedenksessies.

Alle opgehaalde informatie hebben we omgezet naar lessen of bouwstenen voor de strategie. We vatten ze hieronder samen. In de paragrafen daarna lichten we de punten verzamelde input verder toe.

1. De doelgroep is het deel van de Nederlanders dat van natuur geniet. In Motivaction-termen gaat het om de leefstijlgroepen verantwoordelijken (22% van de Nederlandse bevolking), plichtsgetrouwen (13%) en ontplooiers (10%).
2. Het overgrote deel van de Nederlandse bevolking is het erover eens dat de natuur belangrijk is. Wat men als belangrijkste motivatie daarvoor noemt, is dat de natuur de basis is voor alles wat leeft. Bij het begrip natuur staan de positieve associaties sterker op de voorgrond dan de negatieve associaties, terwijl dat bij klimaat en milieu andersom is.
3. Hieruit trekken we de conclusie dat veel mensen intuïtief het belang van natuur zien. Ze koppelen dit niet aan (eigen) handelen omdat het zij het zien als verantwoordelijkheid van de overheid, omdat ze niet weten welke handelingen relevant zijn, of omdat het korte termijn belang (nu van het leven genieten) voorrang krijgt.
4. Mensen vinden het erg dat soorten verdwijnen. Verlies-denken is een sterke trigger zijn, die te gebruiken is om mensen te 'raken'. (Ook de steun voor boeren komt deels voort uit verlies-denken. Het gaat hier om het verlies van de identiteit van het platteland.) Maar doemscenario's zonder positieve tegenhanger, en een concreet gedragsalternatief zorgen juist voor apathie en niet-handelen. Koppel verliesverhalen daarom altijd aan een concreet gedragsalternatief met positief resultaat.
5. Als we alle organisaties en mensen op een rij zetten die commitment hebben getoond bij de Agenda Natuurinclusief, zien we een breed en actief netwerk dat zich wil verbinden aan een positieve natuurboodschap en zich wil inzetten voor een natuurinclusieve samenleving. Dit brede netwerk is goed inzetbaar bij het vertellen en verspreiden van het (nieuwe) natuurverhaal.

6. De drie meedenksessies (met communicatieadviseurs van de dragende partijen van Programma Natuur, vertegenwoordigers van groene publieksgerichte organisaties en met de groep young (natuur) professionals) hebben heel veel informatie opgeleverd. Hier de belangrijkste uitkomsten:
 - "Wij zijn natuur" is (persoonlijk en intuïtief gezien) het gewenste perspectief. We zijn onlosmakelijk verbonden met de natuur. We hebben een maatschappij gecreëerd waarin we los staan van de natuur en haar zien als iets dat we gebruiken. Het is de oorzaak van de problemen waar we nu in zitten. Om het tij te keren is het nodig steeds sterk te werken en communiceren vanuit het idee 'wij zijn natuur';
 - Wij zijn onderdeel van natuur is logisch voor de deelnemers. Het 'systeemverhaal' wordt gezien als een basiskennis en bewustzijn die overgebracht moeten worden: uitleggen hoe alles samenhangt en wat dat voor de mens en andere onderdelen van het systeem betekent;
 - Gebruik twee invalshoeken: (1) laat het systeem en de samenhang zien (kennis en bewustzijn), (2) maak het persoonlijk (emotie, handelingsperspectief);
 - Vanuit het mensperspectief gaat het om een zo hoog mogelijke kwaliteit van leven. Benader dit niet te klinisch of te zakelijk met alleen ecosysteemdiensten zoals schone lucht en water; mensen moeten natuur gaan ervaren en beleven;
 - Wat opvalt is dat deelnemers zelf aangeven dat zij de natuur centraal stellen, maar ervan overtuigd zijn dat de doelgroep (de brede publieksgroep 'mensen die van de natuur genieten) de mens centraal stelt;
 - Kom met een wenkend perspectief, een verhaal om te laten zien hoe goed of aantrekkelijk het kan worden.



2.1. Nadere bepaling van de doelgroep burgers

De doelgroep in deze opdracht is een brede groep in natuur geïnteresseerde Nederlanders (zie Nota van Inlichtingen bij de offerteaanvraag):

- Nederlandse burgers die regelmatig een natuurgebied bezoeken;
- met bepaalde interesse in natuur, vooral gebaseerd op ontspanning en recreatie;
- ontvankelijk voor de boodschap dat natuur ook een andere functie heeft (zoals instandhouden van de biodiversiteit, economische waarde) en dat onderhoud/herstel nodig is.

Tijdens de gesprekken en meedenksessies merkten we dat de term 'in natuur geïnteresseerde burger' bij de deelnemers een beeld oproep van mensen die bovengemiddeld geïnteresseerd en actief zijn in de natuur: de vogelaar, vrijwilliger bij een natuurvereniging of actieve biologische moestuinier. Er werd niet direct gedacht aan mensen die vooral ontspannen en recreëren in de natuur. Daarom hebben we de doelgroep hernoemd naar 'burger die van natuur geniet' en deze doelgroep onderverdeeld in (op basis van de Motivaction onderzoeken):

- Verantwoordelijken (22%)
- Plichtsgetrouwen (13%)
- Ontplooiers (10%).

De persona's (fictieve personen als afspiegeling van de doelgroep) zijn verder toegelicht in bijlage 1.



2.2. Publieksonderzoeken

- Motivaction onderzoek 'Natuurbeleid: kennis en houding van burgers – rapportage communicatieonderzoek' (2022);
- Motivaction paper 'Vijf tinten groener – Nederlanders op weg naar een duurzamere samenleving' (2020);
- I&O Research onderzoeksrapport 'Natuuropvattingen in Nederland' (2021).

Bouwstenen voor de strategie vanuit deze onderzoeken zijn:

Positieve houding van Nederlanders t.o.v. natuur

Bijna 80 procent van de Nederlanders neemt de houding aan van 'natuurmens' of 'natuurbetrokken', of een combinatie van die houdingen. Het overgrote deel van de Nederlandse bevolking is het erover eens dat de natuur belangrijk is. Meest genoemde redenen zijn de positieve effecten op de gezondheid, het feit dat je van de natuur kunt genieten en de rol van natuur voor opgroeiende kinderen. Wat men als belangrijkste motivatie daarvoor noemt, is dat de natuur de basis is voor alles wat leeft. Voor ongeveer een op de acht Nederlanders is natuur minder belangrijk. Voor die groep is het belang van natuur bijvoorbeeld ondergeschikt aan dat van gezondheid en economie.

Intuïtief (her)kennen mensen het belang van natuur

In de publieksonderzoeken komt naar voren dat veel Nederlanders min of meer intuïtief het belang van natuur onderkennen. Bijna 80 procent neemt de houding aan van natuurmens of natuurbetrokken. Natuur speelt een belangrijke rol in het leven van mensen.

Urgentie/probleembesef relatief laag

Zorgen om de natuur worden gerelativeerd door het feit dat veel mensen ontzettend van de natuur genieten. Mensen weten dat er aandacht nodig is voor de natuur, maar genieten staat zo hoog op het 'natuurlijstje', dat natuur minder wordt geassocieerd met iets dat aandacht nodig heeft.

Ruim een derde van de mensen maakt zich wel zorgen om de natuur (natuur die verdwijnt, minder groen, het effect van de mens op de natuur), maar kan vaak niet concreet benoemen waarom precies.

Verantwoordelijkheid bij anderen gelegd (overheid, natuurorganisaties)

Verantwoordelijkheid voor de natuur wordt in eerste plaats bij de overheid gelegd. De Rijksoverheid wordt als hoofdverantwoordelijke voor natuurbeleid genoemd door het Nederlands publiek, gevolgd door provincies en gemeenten. Verder vindt meer dan de helft dat burgers in het algemeen verantwoordelijk zijn en daarna pas zichzelf.

Een op de drie Nederlanders legt ook hoofdverantwoordelijkheid neer bij natuurorganisaties. Landbouwbedrijven, (overig) bedrijfsleven en burgers zijn vooral medeverantwoordelijk. Ook als het gaat om landschappelijk gebied, vindt men de overheid het meest verantwoordelijk.

Beperkt handelingsperspectief en actiebereidheid gevoeld

Natuur biedt mensen weinig handelingsperspectief. Natuur is een plek om van te genieten en rust te vinden, is er altijd, ook als er geen mensen meer zijn, reguleert zichzelf. Bij het begrip natuur staan de positieve associaties sterker op de voorgrond dan de negatieve associaties, terwijl dat bij klimaat en milieu andersom is. Milieu associëren respondenten met dicht in de buurt, vervuiling en iets waar ze zelf iets aan kunnen doen. Dat betekent dat ze het gevoel hebben dat ze er invloed op hebben, dat er handelingsperspectief is.

De helft van de Nederlanders vindt zichzelf medeverantwoordelijk voor de natuur. En bij iets meer dan de helft is er de intentie om daadwerkelijk een steentje bij te dragen. Als men dat níét wil, worden hier als redenen genoemd: gebrek aan tijd of behoefte/interesse. Ook een gebrek aan urgentie (“menselijk ingrijpen is niet nodig”) wordt als belangrijk argument aangedragen. Niet goed weten wat zij precies kunnen doen kan een drempel zijn om daadwerkelijk in actie te komen. Mensen hebben ook weinig concrete ideeën en plannen om in actie te komen voor de natuur.

Weinig kennis over beleid

Er is weinig kennis over natuurbeleid: het merendeel kan niet benoemen wat het beleid inhoudt. Vermindering van stikstofuitstoot of behoud/bescherming van natuur worden het meest genoemd als onderdeel van het beleid. Mensen denken bij natuurbeleid vooral aan de (traditionele) beleidsdoelen: bescherming van bedreigde dier- en plantsoorten, bijzondere landschappen en van bestaande natuurgebieden. De nieuwere beleidsdoelen zijn minder bekend, mensen vinden die ook minder helder en concreet: vergroten biodiversiteit, in stand houden van diensten die de natuur ons levert, en natuurvriendelijke samenleving.

Inzicht in zorgen groeit door kennis en ervaring. Het gevoel van urgentie dat de natuur aandacht nodig heeft, lijkt gevoed te worden door interesse in de natuur, kennis over de natuur en ervaringen die zijn opgedaan in de natuur. Met name het beleidsdoel over de natuurvriendelijke samenleving spreekt tot de verbeelding. Een veelgenoemde reden daarvoor is dat het perspectief biedt voor eigen inbreng en dat wordt als positief gezien.

2.3. Interview met onderzoeker

Agnes van den Berg is bijzonder hoogleraar beleving en waardering natuur en landschap aan de Rijksuniversiteit Groningen. Hieronder geven we de belangrijkste aandachtspunten uit een interview met haar over bouwstenen een nieuw natuurverhaal weer:

- Verliesdenken is belangrijk: Mensen vinden het erg dat soorten verdwijnen. Want wat komt er voor in de plaats? Voor ecologen is dat overigens nog erger: het raakt hen echt diep dat er soorten verdwijnen. Ook de steun voor boeren komt deels voort uit verliesdenken. Het gaat hier om het verlies van de identiteit van het platteland. Want mensen hangen aan het arcadisch ideaal;
- In het algemeen zien mensen de samenhang tussen natuur en stikstof niet. Het is nodig meer accent te leggen op het belang van natuur. Of op het effect van stikstof op natuur;
- Intuïtief zien mensen het belang van natuur. Ze denken er niet bij na. Het is net als de aanwezigheid van zuurstof. Natuur is er gewoon. Ze vinden het belangrijk, maar toch krijgt het ook een lage prioriteit;
- Doemverhalen werken in het algemeen niet, tenzij er gedragsalternatief aan wordt gekoppeld. (Uitzondering is een verhaal van Richard Louv (Last Child in the Woods: Saving Our Children From Nature-Deficit Disorder (2005): kinderen groeien helemaal los van natuur op, en dat is niet goed. Dat verhaal raakte veel mensen. Dat is vervolgens omgezet naar positieve energie bijvoorbeeld in de vorm van vergroenen van schoolpleinen);
- Als je inzet op het bereiken van gedragsverandering, is het zaak te raken aan een bij mensen diep geworteld gevoel dat natuur belangrijk is.



2.4. Meedenksessies 'De natuur heeft een nieuw verhaal nodig'

In de opdracht is gevraagd om de overige stakeholders (brancheorganisaties, natuurverenigingen en waterschappen, niet zijnde het Rijk, provincies en de terreinbeherende organisaties) bij de strategie te betrekken. Stakeholders ervaren we hierbij niet als het juiste woord. Deze partijen zijn zeer betrokken en kunnen beter als participanten in de strategie worden gezien. Zij voelen de intrinsieke motivatie om deel te nemen, mensen mee te nemen in het belang en de waarde van natuur en het verhaal te delen. Ze hebben een breed netwerk natuurliefhebbers in hun regio.

Om mogelijke perspectieven voor het natuurverhaal te toetsen, hebben we drie meedenksessies op locatie georganiseerd met verschillende groepen participanten. We hebben de deelnemers drie 'natuurperspectieven' voorgelegd, om daarmee te achterhalen welke het meest aansprak: de mens centraal, de natuur centraal' en de natuur in jezelf. Dit hebben we gedaan aan de hand van stellingen rond 'relatie mens en natuur', 'handelen en impact', 'belang van natuur' en 'waarde van natuur'. Daarbij ging het om hun eigen beleving én die van de doelgroep (op basis van professionele kennis van en ervaring met de doelgroep). Ook zijn de thema's 'inspelen op emoties, handelingsperspectief en biodiversiteit (als term) besproken.

De drie groepen waren:

- Communicatieadviseurs dragende partijen Programma Natuur (Driebergen-Zeist, 9 deelnemers);
 - Vertegenwoordigers van groene publieksgerichte organisaties (Driebergen-Zeist, 8 deelnemers);
 - Extra groep: young professionals (werkende hbo'ers en wo'ers tussen de 20 en 35 jaar, actief in het werkveld van duurzaamheid, energietransitie, natuur, klimaat en milieu) (Arnhem, 6 deelnemers).
- Toelichting: net als rond het klimaatvraagstuk, laten young professionals -en jongeren- zich steeds vaker horen over de biodiversiteitscrisis. Daarom hebben we deze groep toegevoegd aan de (participanten)groep voor de meedenksessies. Zij zijn zich bovengemiddeld bewust van de problematiek rondom natuur en klimaat, snappen de waarde en het belang van gezonde natuur en voelen de urgentie om in actie te komen. Vaak doen zij dit al buiten de gebaande paden om. Ze missen aansluiting met de overheid en reguliere natuurorganisaties en beginnen gewoon hun eigen project of beweging.

De eerder beoogde meedenksessies met projectleiders gebiedsprojecten en de agrarische vertegenwoordigers hebben we laten vervallen. De eerste groep omdat de gebiedsprojecten in het land nog onvoldoende zijn opgestart. Daardoor is het te vroeg om hiervoor al sleutelfiguren en ervaringen bij elkaar te brengen. De tweede groep omdat het, gezien de gespannen relatie tussen overheid en agrariërs (en hun vertegenwoordigers), niet haalbaar was om hen bij elkaar te krijgen voor een dergelijke meedenkbijeenkomst.

De uitkomsten van de meedenksessies zijn werksessies zijn hierboven al kort samengevat. De verslaglegging is te vinden in bijlage 3.

2.5. Analyse en pretest

Met het doornemen van de publieksonderzoeken, de interviews en uitvoeren van de meedenksessies is veel relevante informatie verzameld. Die hebben we gebruikt bij het opstellen van een basisverhaal over het belang van de zorg voor (robuuste) natuur. Dat verhaal is gepretest. Hiervan doen we verslag in hoofdstuk 3. Alle andere informatie en inzichten hebben we verwerkt in hoofdstuk 4.



2.6. Overzicht netwerk

Met name rond de Agenda Natuurinclusief is het afgelopen jaar een breed netwerk gebouwd van maatschappelijke partijen. We hebben alle organisaties en personen op een rij gezet die tot op heden in meer of mindere mate betrokken waren bij alle activiteiten rond de Agenda, zoals webinars, domeingroepen, diner pensant, een Future Search en de Natuurtop. Veel mensen deden mee, gemiddeld met een grote mate van betrokkenheid. Het verschilt per organisatie hoe natuurinclusief er (al) wordt gedacht, soms is denken in natuur de kern, bij andere zitten enkele natuurinclusieve koplopers die de organisatie of branche op sleeptouw willen nemen. In totaal gaat het om ongeveer 150 personen.

Daarbij tellen we de 365 aangemelde deelnemers voor de Natuurtop 2022, die hebben aangegeven graag op de hoogte te blijven, niet mee. In overlap en aanvullend hierop heeft het Deltaplan Biodiversiteitsherstel een groot aantal partners. Zie samenvoerbiodiversiteit.nl/over-ons/partners. De partners zetten zich in om biodiversiteitsherstel in de praktijk te realiseren en om te werken aan een systeemverandering, zodat herstel en behoud van biodiversiteit verankerd wordt.

Conclusie: er is al een breed en actief netwerk dat zich wil committeren aan een positieve natuurboodschap. Vanuit het oogpunt van de bescherming persoonsgegevens (AVG) hebben we geen namen opgenomen. Veel van de personen in de bestanden van de Agenda Natuurinclusief hebben aangegeven graag op de hoogte te blijven van vervolgactiviteiten. Zij zijn dus te benaderen met informatie of een vraag. In nader overleg kunnen we bespreken hoe we namen en mailadressen op correcte wijze kunnen worden overdragen.



Netwerk Agenda Natuurinclusief		
RLI	Nature at Work	UWV
MVO Nederland	Alles is Gezondheid	SBNL Natuurfonds
BoerenNatuur	Provincie Overijssel	Natuurmonumenten
Vlinderstichting	Arcadis	Vogelbescherming
Hiswa Recron	NEPROM	Landschappen NL
Gastheren IVN	Het Oversticht	Natuurmonumenten
Klimaat Pact ambassadeurs	IVN	BoerenNatuur
lector/beleid BUAS HBO Breda	Wageningen UR	Recreatieondernemer
HBO Stenden Hospitality	RVO	Ministerie van LNV
Natuurbegraven NL	NL Green Label	Natuurmonumenten
Beleid BUAS HBO Breda	Vogelbescherming	Provincie Friesland
Bureau Ruimte en vrijetijd	VHG (bestuursvzt)	Clusius College
Manager ANWB	Gemeente Zwolle	FPG
Gastvrij Overijssel	WUR	BD boer
Ondernemers VTE	Architect LKSVDD	WNF
VW NL	CRA college van Rijksadviseurs	IPO
Natuur en milieufederaties	DSL/architect	Bouwfonds gebiedsontwikkeling
Green Key/KMVK	Heijmans	Anteagroup
NBTC	Ministerie van LNV	Provincie Gelderland
NP RES	KNJV	Ballast Nedam
Adjunct dir Marketing Oost	Springtij	Louis Bolk Instituut
NWEA	WoningbouwersNL	Provincie Flevoland
Spaarsaam	LandschappenNL	RH DHV
PBL	HH Delfland	Trendbureau Overijssel
Jonge Klimaatbeweging	Arcadis	IUCN
Tennet	Finance for Biodiversity	OFL
St. Natuur en Milieu	RLI	St. Noordzee
NVDE	Ministerie van IenW	Natuurcollege
Provincie Zuid Holland	RWS	Rijks Gebouwen Dienst
Deltaplan Biodiversiteitsherstel	Heijmans	Collectief Deltaplan Landschap
Energie Samen	Wij.land	IPBES
Provincie Zeeland	Staatsbosbeheer	VNG
Bureau Landschap		

3. HET BASISVERHAAL NATUUR

Op basis van alle voorbereidende activiteiten zoals beschreven in hoofdstuk 2 is een 'basisverhaal natuur' gemaakt. Dit verhaal is gepretest onder de doelgroep en vervolgens aan de hand van de resultaten aangepast.

Het definitieve basisverhaal vindt u in paragraaf 3.2). Een versie die makkelijker doorleest: een 'populaire' of publieksversie staat hiernaast aan in paragraaf 3.1. De onderbouwing van het basisverhaal is te vinden in paragraaf 3.3. Om inzichtelijk te maken hoe we de pretest hebben verwerkt zijn de resultaten daarvan in paragraaf 3.4 opgenomen.

Hiermee willen we zicht geven op onze aanpak: een verhaal dat is gebaseerd op inzichten uit publieksonderzoeken en input van experts en betrokkenen, en aanvullend gepretest onder de doelgroep.



3.1 Publieksversie

Hoe rijk wil je zijn? / Wat is jouw natuur?

Natuur is de basis van alles wat leeft. Ook van ons: we leven met en van natuur. Door onze bossen, duinen, rivieren, beken, duinen, parken zijn we schatrijk. Ze geven gezonde lucht, drinkbaar water, grondstoffen, voedsel, plezier en ontspanning. We genieten ervan en voelen ons beter met natuur om ons heen.

We weten ook wel hoe belangrijk natuur is. Niet vreemd. We zijn onderdeel van één systeem: het leven op aarde. Natuur en mensen zijn nauw verbonden. Sterke natuur beschermt ons tegen ziekten en plagen, tegen droogte en extreem weer, zuivert de lucht, houdt de bodem en het water gezond.

Maar jarenlang hebben we onszelf boven de natuur geplaatst. We zijn opgegroeid met het idee dat de natuur oneindig te gebruiken en ontwikkelen is. Dat blijkt niet waar te zijn. De grens van wat we kunnen vragen van de natuur is bereikt. De Nederlandse natuur raakt steeds meer uitgeput: we verliezen diersoorten, vogels en vlinders verdwijnen, oude bomen staan op omvallen, beken vallen droog. We hebben steeds meer last van droogte, hitte en overstromingen.

Gelukkig kunnen wij het nu veranderen: we kunnen de Nederlandse natuur weer rijk en veerkrachtig maken. Het ligt in onze handen en binnen bereik. Hoe? Door met elkaar de komende jaren te zorgen voor méér: meer ruimte, rust en water voor natuur in natuurgebieden. Voor meer groen in steden, in het landelijk gebied, langs wegen en water. Voor meer bomen, planten, bloemen en dieren, meer leven, geur en kleur.

Het weer rijk maken van de natuur in Nederland is het werk van overheden, burgers, groene organisaties en bedrijven samen. Ieders bijdrage telt. Veel zelfs. Ook die van jou. Met meer groen op je balkon, in je tuin of straat geef je al ruimte voor natuur. En dat is goed voor dieren, planten én je eigen geluk. Want zorgen voor natuur, is zorgen voor jezelf.

Wil je weten wat je kunt doen? Ga naar [een online platform waar alle tips en lokale initiatieven vindbaar zijn]. Suggesties zijn bijvoorbeeld:

- Zet inheemse planten en bloemen in je tuin of balkon.
- Neem je kinderen mee naar het bos.
- Zet 's zomers een schotel water neer voor vogels.
- Praat met mensen om je heen over natuur en meer variatie in het groen.
- Word vrijwilliger bij een natuurvereniging of groenproject in je wijk.

3.2 Basisverhaal natuur

Natuur is de basis van alles wat leeft. Ook van ons. We realiseren het ons niet dagelijks maar door natuur zijn we schatrijk: ze geeft frisse lucht, drinkbaar water, grondstoffen, voedsel, gezondheid, plezier, rust en ontspanning. We genieten van natuur en voelen ons blij en gelukkig met natuur om ons heen.

Natuur en mens zijn onderdeel van één systeem: leven op aarde.

Al dat leven is met elkaar verbonden. Biodiversiteit, natuur, klimaat en milieu werken samen en hebben invloed op elkaar.

Veerkrachtige, sterke natuur helpt ons met de uitdagingen waar we samen voor staan. Ze beschermt ons tegen ziekten en plagen, droogte en extreem weer. Ze slaat CO2 op en zuivert de lucht die we inademen. Houdt ons hoofd koel, onze koelkast gevuld en onze voeten droog.

We weten wel dat natuur belangrijk voor ons is. Toch lukt het niet altijd om ernaar te handelen. Hoe komt dat?

Jarenlang hebben we onszelf boven de natuur geplaatst. We zijn opgegroeid met het idee dat we natuur oneindig kunnen gebruiken, veranderen en ontwikkelen. We bedwongen het water, polderden land in en zagen kans om de economische productie steeds verder op te voeren.

We zijn nu zo ver dat we er niet meer omheen kunnen: we hebben de grens van wat we kunnen nemen van natuur bereikt. Natuur is niet alleen veerkrachtig, maar ook kwetsbaar.

Het natuursysteem is ontwricht. Dier- en plantsoorten verdwijnen of sterven uit. We zien meer plagen en ziekten, droogte, hitte en overstromingen. Als we niets doen, gaan onze kinderen dit nog veel meer merken en is de wereld voor hen niet meer leefbaar.

Gelukkig kunnen wij het nu veranderen. Het ligt in onze handen, dichtbij en binnen bereik. Want natuur is overal om ons heen.

We kunnen de natuur en dus onszelf helpen. In plaats van een aarde met weinig soorten juist een floreerende aarde doorgeven aan onze kinderen.

Door méér te willen.

Meer natuur, meer leven. Meer planten, dieren, bloemen en bomen. Meer rijkdom, diversiteit, afwisseling en kleur. Meer rust en ruimte voor natuur. Meer groen om je heen, in je tuin of op je balkon, in de stad en op je werk. Natuur heeft waarde. Goed zorgen voor natuur zorgt direct én indirect voor ons geluk, onze gezondheid en ons voortbestaan. Natuurherstel levert ons dus rijkdom én geluk én een toekomst op.

Het natuursysteem staat of valt met een grote diversiteit aan soorten. Veel bijzondere soorten zijn vooral nog te vinden in natuurgebieden, met name in Natura2000-gebieden. Het Rijk, de provincies en de natuurorganisaties werken daarom aan natuurherstel in de Nederlandse natuurgebieden. De maatregelen

in en rond de gebieden moeten ervoor zorgen dat bijzondere soorten een grotere kans hebben om te overleven, zich uit te breiden of terug te keren. En wij mensen, kunnen zo van de grote diversiteit van de natuur blijven genieten.

Het opnieuw rijk maken van de natuur in Nederland is een grote opgave. Daarom werken we er ook met zoveel mensen aan: overheid, natuurorganisaties en bedrijven. Iedereen kan meedoen! Jij ook. Wat kun je zelf doen? Veel.

Er is niet één oplossing. Alle kleine stapjes dragen samen bij en je kunt kiezen wat bij jou past. Van extra bloemen op je balkon tot het aanleggen van een voedselbos.

Wat jij doet, doet er toe:

- Zet inheemse planten en bloemen in je tuin of balkon.
- Neem je kinderen mee naar het bos.
- Leg een groen dak aan
- Vraag je gemeente om bermen en plantsoenen om te vormen naar bloemenweides.
- Koop je boodschappen bij een natuurboer in de buurt.
- Vang water op in een regenton en geef daarmee je planten water.
- Volg een boswachter op social media.
- Steun een natuurdoel in je dorp of stad.
- Zet 's zomers een schotel water neer voor vogels.
- Praat met mensen om je heen over natuur en meer variatie in het groen.
- Word vrijwilliger bij een natuurvereniging of groenproject in je wijk.
- Maak een groene wandeling met collega's in je werkpauze.

Wil je méér doen, meer informatie, je lokaal aansluiten of zelf iets beginnen? Ga naar [een platform waar alle tips en lokale initiatieven vindbaar zijn].



3.3 Basisverhaal met onderbouwing

Onderdeel	Tekst	Onderbouwing
Waarom is natuur belangrijk?	<p>Natuur is de basis van alles wat leeft. Ook van ons. We realiseren het ons niet dagelijks maar door de natuur zijn we schatrijk: ze geeft frisse lucht, drinkbaar water, grondstoffen, voedsel, plezier en ontspanning.</p> <p>Natuur en mens zijn onderdeel van één ecosysteem: leven op aarde. Al dat leven is met elkaar verbonden. Biodiversiteit, natuur, klimaat en milieu werken samen en hebben invloed op elkaar. Positief en negatief.</p> <p>Veerkrachtige, sterke natuur helpt ons met de maatschappelijke uitdagingen waar we samen voor staan. Ze beschermt ons tegen ziekten en plagen, houdt ons hoofd koel en onze voeten droog.</p>	Uit publieksonderzoeken blijkt dat mensen natuur belangrijk vinden en dat de meerderheid zelfs ecocentrisch is. Men beseft dat natuur de basis van ons bestaan is. Dat zien we ook in de meedenksessies.
Relatie mens en natuur	<p>We genieten van natuur. Veel mensen weten uit ervaring: we voelen ons vaak gelukkig en gezond met natuur om ons heen.</p> <p>Intuïtief weten we wel dat natuur belangrijk voor ons is. Toch lukt het niet altijd om ernaar te handelen. Hoe komt dat?</p>	Uit meedenksessies en publieksonderzoeken komt naar voren dat er een kloof zit tussen voelen dat de natuur de basis van ons bestaan is, en er naar handelen. Als we moeten kiezen, neigt 90% naar korte termijn geneugten: het grote genieten.
Handelen en impact	<p>Jarenlang hebben we onszelf boven de natuur geplaatst. We bedwongen het water, we legden een nieuwe provincie aan en zagen kans om de landbouwproductie steeds verder op te voeren. We zijn opgegroeid met het idee dat we natuur oneindig kunnen gebruiken, veranderen en ontwikkelen. En nu merken we dat dit niet zo is.</p> <p>We hebben de grens van wat we kunnen nemen van natuur bereikt. Het natuursysteem raakt meer en meer uit balans. We zien verlies van dier- en plantsoorten, meer plagen en ziekten, meer droogte, hitte en overstromingen. Onze kinderen gaan dit nog veel meer merken als we nu niks doen.</p>	<p>(H)Erkenning van waar we vandaan komen, is een vorm van verbindende communicatie.</p> <p>Zonder in doem te vervallen, is een mate van urgentie noodzakelijk. Kan nog meer concreet worden gemaakt in een uitwerking. Uit interview: 'doem' werkt alleen als er een alternatief -met handelingsperspectief- aan wordt toegevoegd.</p>
Wenkend perspectief	<p>Gelukkig kunnen wij het nu veranderen. Het ligt in onze handen, dichtbij en binnen bereik. Want natuur is overal.</p> <p>We kunnen de natuur en dus onszelf helpen. In plaats van een aarde met weinig soorten juist een florerende aarde doorgeven aan onze kinderen. Door méér te willen.</p> <p>Meer planten, dieren, bloemen en bomen. Meer diversiteit, afwisseling, kleur, rijkdom. Meer ruimte voor natuur. Meer groen om je heen. Meer soorten in je tuin of op je balkon, in de stad en op je werk.</p>	<p>Uit meedenksessies: er is behoefte aan een positief verhaal. Aan een wenkend perspectief.</p> <p>Dat wenkend perspectief met mogelijke koppeling naar handelingsperspectief is: meer! Niet alleen kwantitatief (meer ruimte) maar ook kwalitatief (meer soorten, meer kleur, meer afwisseling). De combinatie zorgt voor een beter systeem.</p>
Waarom doen we dat?	<p>Natuur heeft waarde. Economisch: lucht- en waterzuivering, bodemvruchtbaarheid, bestuiving van bloesem, etc.. En op een manier die niet in geld uit te drukken is: ze zorgt voor ons voortbestaan, voor creativiteit, ontspanning en plezier. Niet voor niets willen 8 van 10 Nederlanders dat de overheid de natuur in Nederland goed beschermt.</p> <p>Natuurherstel levert ons dus geld én geluk én een toekomst op.</p> <p>Daarom werken we met het Programma Natuur aan natuurherstel in Nederland en aan een natuurinclusieve samenleving. Overheden, bedrijfsleven en groene organisaties nemen het voortouw. Zo kunnen we samen het verschil maken.</p>	<p>Uit de meedenksessies blijkt dat er behoefte is aan rationele verklaringen voor de noodzaak om de natuur te helpen.</p> <p>In uiteenlopende publieksonderzoeken komt naar voren dat mensen wel bereid zijn hun gedrag aan te passen voor bijv. klimaatdoel, als het maar door de overheid wordt opgelegd. Ze gaan het niet alleen doen (niet vliegen, biologische groente kopen, etc.) maar als iedereen 'de pineut' is, dan is het oké. Zie Corona-maatregelen en snelheidsbeperking. Bij natuurmaatregelen is dat lastig maar wat we in ieder geval moeten uitstralen: we dragen allemaal bij!</p>
Persoonlijk handelingsperspectief	<p>Wat kun je zelf doen? Veel. Wat jij doet, doet er toe.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meer groen in je tuin. Meer bloemen, meer bijen, en daarmee ook meer vogels. En dus: meer soorten. • Meer bloemen in je wijk. Help je gemeente met het omvormen van berm en plantsoenen naar bloemenweides. • Bescherm en geniet van de natuurgebieden. Volg een lokale boswachter op social media. • Meer ruimte voor natuur op je werkplek, neem een groene fietsroute naar je werk. • Neem je kinderen mee naar het bos. • Praat in je omgeving over meer diversiteit in al het groen om ons heen. • Steun een lokaal natuurdoel. <p>Wil je méér doen, meer informatie, je lokaal aansluiten of zelf iets beginnen? Ga naar een Platform waar alle tips en lokale initiatieven vindbaar zijn.</p>	Handelingsperspectief bieden. Opvallend: géén van de genoemde suggesties moest út de lijst gehaald worden volgens respondenten (alle genoemde suggesties goed)

3.4 Basisverhaal met pretestresultaten

Dit basisverhaal is gepretest onder ruim 30 vertegenwoordigers van de doelgroep,

Het concept natuurverhaal is we op de volgende manier getoetst.

- Het is voorgelegd aan 'mensen die van de natuur genieten: hardlopers, wandelaars, fietsers, roeiers, natuurfotografen, eigenaren hondenuitlaatservice, terrasbezoekers in bos/natuurgebied etc. Zie bijlagen 4 en 5.
 - met een online vragenlijst. Dit heeft tot 21 reacties geleid.
 - mondeling/live op locatie (langs wandelpad in de Soesterduinen, woensdagmorgen, augustus 2022) aan de hand van een papieren vragenlijst. Op deze manier hebben we 14 mensen gesproken;
- Daarnaast hebben 9 deelnemers aan de meedenksessies gereageerd op de online pretest (zij hadden aangegeven graag betrokken te willen worden bij de pretest). Zie bijlage 6.

Omdat we de pretest vooral hebben uitgevoerd om de mening van de doelgroep 'natuurgenieters' te horen, hebben we deze resultaten het zwaarst laten wegen in het verwerken van de resultaten van de pretest.

Onderdeel	Tekst	Onderbouwing
Waarom is natuur belangrijk? Pretest tekstblok 1: Natuur is de basis van alles dat leeft.	Natuur is de basis van alles wat leeft. Ook van ons. We realiseren het ons niet dagelijks maar door natuur zijn we schatrijk: ze geeft frisse lucht, drinkbaar water, grondstoffen, voedsel, gezondheid, plezier, rust en ontspanning. We genieten van natuur en voelen ons blij en gelukkig met natuur om ons heen. Natuur en mens zijn onderdeel van één systeem: leven op aarde. Al dat leven is met elkaar verbonden. Biodiversiteit, natuur, klimaat en milieu werken samen en hebben invloed op elkaar.	Feedback pretest: <ul style="list-style-type: none"> • Verwijzing naar de verbondenheid van mens en natuur wordt gewaardeerd. • Gezondheid ontbreekt nu in de tekst. • Positief en negatief wordt niet toegelicht en mag er dan ook wel uit, wordt aangegeven. • Ecosysteem en biodiversiteit zijn te ingewikkelde woorden. • Schatrijk, delen in rijkdom, dit hebben we te danken aan al het leven om ons heen. • Wie zijn 'we'?
Pretest tekstblok 2: Veerkrachtige sterke natuur	Veerkrachtige, sterke natuur helpt ons met de uitdagingen waar we samen voor staan. Ze beschermt ons tegen ziekten en plagen, droogte en extreem weer. Ze slaat CO2 op en zuivert de lucht die we inademen. Houdt ons hoofd koel, onze koelkast gevuld en onze voeten droog.	Feedback pretest: <ul style="list-style-type: none"> • Positieve toon valt goed. Veerkrachtig is een mooi woord. • Wie is 'we'? Niet altijd helder. • Natuur heeft niet voor alle maatschappelijke opgaven de oplossing. 'Maatschappelijke uitdagingen' is vaag en mag er uit. • De zinsneden 'veel mensen weten uit ervaring' spreekt sommigen aan en anderen juist niet. • Zijn 'gelukkig en gezond' de beste termen? Of voelen we ons vrij, verbonden en ontspannen in de natuur? • Het rijtje ecosysteemdiensten mag langer: natuur levert ons ook een aantrekkelijke omgeving en schone lucht. En: rust.
Relatie mens en natuur Pretest tekstblok 3: Diep van binnen weten we wel dat natuur belangrijk voor ons is.	We weten wel dat natuur belangrijk voor ons is. Toch lukt het niet altijd om ernaar te handelen. Hoe komt dat? Jarenlang hebben we onszelf boven de natuur geplaatst. We zijn opgegroeid met het idee dat we natuur oneindig kunnen gebruiken, veranderen en ontwikkelen. We bedwongen het water, polderden land in en zagen kans om de economische productie steeds verder op te voeren. We zijn nu zo ver dat we er niet meer omheen: we hebben de grens van wat we kunnen nemen van natuur bereikt. Natuur is niet alleen veerkrachtig, maar ook kwetsbaar. Het natuursysteem is ontwricht. Dier- en plantsoorten verdwijnen of sterven uit. We zien meer plagen en ziekten, droogte, hitte en overstromingen. Als we niets doen, gaan onze kinderen dit nog veel meer merken en is de wereld voor hen niet meer leefbaar.	Feedback pretest: <ul style="list-style-type: none"> • Soms spreken reacties elkaar tegen. Aan de ene kant wordt gezegd dat er te veel nadruk ligt op het wekken van schuldgevoel. Aan de andere kant wordt gevraagd om het scherper neerzetten van de urgentie. "De lezer mag zich wel een beetje ongemakkelijk voelen." • Ook het gebruik van kinderen als groep die met de problemen komt te zitten roept gemengde reacties op. Enerzijds positief, en anderzijds wordt gezegd dat het overal al wordt gebruikt. • Het aanhalen van "bedwongen het water en legden een nieuwe provincie aan" wekt de indruk dat dit de oorzaak van het probleem is. Dat is niet zo. • De woorden intuïtief en natuursysteem zijn te ingewikkeld om te gebruiken. Het woord 'ontwricht' is wat overdreven. Wat wordt gemist is: "trots bij het conserveren van de pracht en nuttigheid die onze Nederlandse natuur". • Positief: de boodschap raakt, er zit een duidelijke probleemstelling en urgentie in. Misschien nog iets bijschaven? Alternatieve zinsneden: "We hebben onszelf boven de natuur geplaatst. We overschrijden de grens van wat natuur aan kan. We hebben buiten de natuur gerekend." • Er wordt geen antwoord gegeven op de vraag.

<p>Wenkend perspectief</p> <p>Pretest tekstblok 4: Gelukkig kunnen we het nu veranderen</p>	<p>Gelukkig kunnen wij het nu veranderen. Het ligt in onze handen, dichtbij en binnen bereik. Want natuur is overal om ons heen.</p> <p>We kunnen de natuur en dus onszelf helpen. In plaats van een aarde met weinig soorten juist een florerende aarde doorgeven aan onze kinderen.</p> <p>Door méér te willen.</p> <p>Meer natuur, meer leven. Meer planten, dieren, bloemen en bomen. Meer rijkdom, diversiteit, afwisseling en kleur. Meer rust en ruimte voor natuur. Meer groen om je heen, in je tuin of op je balkon, in de stad en op je werk.</p>	<p>Feedback pretest:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ook hier weer een tegenstelling in de waardering: 'hoopgevend' en 'naïef'. • Wat ontbreekt is: 'de keuze voor meer natuur zal gepaard gaan met moeilijke beslissingen. Ruimte is schaars, het vraagt om scherpe keuzes!' • De nadruk op méér roept vraagtekens op: door steeds maar meer te willen hebben we de problemen veroorzaakt. • Aanbeveling van een respondent: gebruik in plaats van natuur ook 'leven'. We willen meer leven! • Er wordt opgemerkt "fijn dat we er zelf wat aan kunnen doen". Maar ook: "Het is niet zo dat de burger het allemaal weer moet doen. Laat zien dat de overheid hier ook aan werkt. 'We' trekken samen op." • De positieve boodschap dat we het nog in handen hebben en allemaal een steentje kunnen bijdragen, spreekt aan. • Maak de tekst praktisch en zorg dat deze dichtbij komt: 'jouw kinderen, op jouw werk, in jouw buurt, op jouw balkon'. • Het woord 'nu' mag er uit.
<p>Waarom doen we dat?</p> <p>Pretest tekstblok 5: Natuur heeft waarde</p>	<p>Natuur heeft waarde. Goed zorgen voor natuur zorgt direct én indirect voor ons geluk, onze gezondheid en ons voortbestaan. Natuurherstel levert ons dus rijkdom én geluk én een toekomst op.</p> <p>Daarom werken Rijk, provincies en natuurorganisaties in het Programma Natuur aan natuurherstel in Nederland en aan een natuurrijke samenleving. Het opnieuw rijk maken van de natuur in Nederland is een grote opgave. Daarom werken we er ook met zoveel mensen aan: overheid, natuurorganisaties en bedrijven. En iedereen kan meedoen! Jij ook.</p>	<p>Feedback pretest:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bij de doelgroep 'natuurgenieters' en de deelnemers van de respondenten is te zien dat dit tekstblok relatief de meeste nieuwe informatie bevat. • Het wijzen op economische voordelen roept positieve en negatieve reacties op. Sommigen vinden het sterk om daar op te wijzen en anderen zeggen dat economisch gewin niet het doel mag zijn. Dat moet niet benadrukt worden. • Het inbrengen van het economisch frame roept weerstand op: "Alsof natuur geld op moet leveren." Nee, het gaat om onze toekomst, die is niet in geld uit te drukken. Dus benoem de waarden zonder economie of geld op te voeren. • Het begrip 'groene organisaties' zegt niks. • Het woord 'we' lijkt hier een andere invulling te krijgen: vanuit de blik van de overheid.

4. STRATEGISCHE UITGANGSPUNTEN

Om het verhaal over het belang van robuuste natuur in Nederland en het belang van natuurherstel succesvol te kunnen activeren, geven we, volgend uit de gevolgde aanpak, enkele adviezen voor de communicatiestrategie.

4.1 Het natuurverhaal een maatschappijbrede afzender geven

Aan de beweging die langzaam ontstaat in het kader van de Agenda Natuurinclusief en het Deltaplan Biodiversiteitsherstel is te zien dat de zorg en bereidheid om te acteren al breed gedeeld wordt is. Om meerdere redenen is het gewenst, of misschien wel noodzakelijk, dat de campagne door veel afzenders wordt uitgedragen. De eerste reden is dat daarmee wordt getoond dat er een groot draagvlak is voor bescherming en herstel van natuur. Dat draagvlak is niet altijd zichtbaar, omdat de groep die bescherming en herstel steunt over het algemeen een wat stille groep is.

De tweede reden is dat de pretest laat zien dat als de overheid als enige afzender acteert, dit wrovel oproept bij (waarschijnlijk het iets meer donkergroene deel van) de doelgroep. Zij stellen dat dit ongeloofwaardig klinkt, omdat de achteruitgang van natuur al lange tijd te zien is en er in hun beleving te weinig aan gedaan is door de overheid.

Om beide redenen is het belangrijk dat de centrale boodschap door veel overheden, organisaties en bedrijven wordt gesteund. We denken hierbij niet aan de ondertekening van een soort intentieverklaring. Het is veel effectiever als veel verschillende organisaties en bedrijven dezelfde taal en een eventuele slogan terug laten komen in hun eigen communicatie. Zaak is het dat het een boodschap 'van de samenleving voor de samenleving' wordt. Elke partij deelt het verhaal als zijnde de afzender.

De boodschap van de 'maatschappijbrede afzender' mag uitstralen dat er ook door veel partijen aan gewerkt wordt. Daarmee kan de indruk worden weggenomen dat 'de burger' of 'alleen onze sector' het probleem mag oplossen. Nee, er wordt door overheid, bedrijfsleven en burgers al aan gewerkt. Maar dat is nu nog te beperkt, over de hele linie moet dat meer en breder worden.

Deze moet duidelijk zichtbaar zijn in communicatiemiddelen:

- Laat de drie kernpunten in alle communicatie terugkomen;
- Gebruikswijzer: populaire versie gebruiken, zoals het voorstel eerder in dit rapport.

Bij het ontwikkelen van steun voor het idee van een zo breed mogelijk afzenderschap, kan worden verder gebouwd op de contacten die voortkomen uit de meedenksessies, waar al enig commitment is gegroeid.

Krachten bundelen op een centraal platform

Er zijn veel goede initiatieven en voorbeelden van wat er goed gaat, hoe al mooie resultaten geboekt worden op natuurherstel en -versterking. Zowel van burgers, bedrijven, terreinbeherende organisaties en overheden (zowel in Natura2000-gebieden en daarbuiten). Het verdient aanbeveling om deze initiatieven en voorbeelden te verzamelen en als voorbeeldverhalen te bundelen op een centraal platform. Aansprekende voorbeelden-verhalen zijn namelijk krachtige middelen om de wenselijkheid van natuurmaatregelen te illustreren en onderbouwen. Het is ook belangrijk om te laten zien dat niet alleen de burger in actie komt, maar dat ook overheden en het bedrijfsleven bijdragen. Dit komt ook naar voren in de meedenksessies en pretest.

Op dit platform kunnen ook de handelingsperspectieven worden gedeeld, gecategoriseerd in thema's die aansluiten bij de leefwereld van de verschillende doelgroepen. Denk aan: natuur met kinderen, sporten in de natuur, natuurgebieden ontdekken in Nederland, natuur in je wijk, natuur in je tuin of op je balkon, 'natuurlijk' eten en drinken, gezondheid, onderweg, in de winkel.

Dit platform gaat (alleen) goed functioneren als er vanuit een groot aantal overheden, organisaties en bedrijven naar wordt gelinkt en verwezen. Alleen al om deze reden ligt het voor de hand om hiervoor goede afstemming te zoeken met Deltaplan Biodiversiteitsherstel.



4.2 Kernpunten in de communicatie gebruiken

Elk verhaal over natuurherstel zou steeds de volgende drie punten moeten bevatten. Denk aan een op te zetten publiekscampagne, de communicatie rond concrete herstelprojecten en -programma's en mondelinge communicatie van woordvoerders over Programma Natuur.

- **Het gaat over rijkdom en verbondenheid**
Natuur gaat over rijkdom: over alle diversiteit, kleur, geur, leven in onze bossen, duinen, natuur langs de rivier, parken, de vogels, vissen, zoogdieren, bomen. Diverse, sterke natuur zorgt voor ons geluk en voortbestaan (gezonde lucht, water, bodem). Mens en natuur staan niet los van elkaar. We zijn deel van hetzelfde systeem. De een kan niet zonder de ander. Als we goed zorgen voor de natuur, zorgen we goed voor onszelf.
- **Zorg voor natuur is een breed gedragen wens**
8 op de 10 Nederlanders vindt het belangrijk dat we goed voor de natuur zorgen en wil dat de overheid dit ook doet. Veel partijen werken er samen aan: overheden, bedrijven, groene organisaties en particulieren. 'We doen het met elkaar'.
- **Het is urgent, maar er is een mooi perspectief**
We moeten nu aan de slag, want er verdwijnen steeds meer soorten dieren en planten uit de Nederlandse natuurgebieden. De bossen, heide, beken, veengebieden, duinen moeten nu worden versterkt, anders gaat er teveel verloren. De rijkdom van natuur met alle diversiteit behouden en weer terugbrengen: dat is nu de inzet. Werken aan gezonde leefgebieden voor dieren, planten, bomen en aantrekkelijke gebieden voor onszelf om van te genieten en ons goed te voelen.



4.1.1 Toelichting bij de kernpunten

Verbondenheid van natuur en mens

De verbondenheid met natuur, die intuïtief geweten wordt, mag vaker expliciet benoemd worden en ook zichtbaar worden gemaakt. De uitkomsten van het publieksonderzoek, de meedenksessies en de pretest bevestigen dit. Het is aan te bevelen om in alle communicatie over het natuurbelang de wederkerige relatie van mens en natuur te benoemen.

In het basisverhaal verdient de wederkerigheid in de relatie van mens en natuur daarom een plek. Mensen zijn onderdeel van een groter natuurlijk ecosysteem en al het leven op aarde is met elkaar verbonden. Kennis en bewustzijn hierover zorgen voor een beter begrip van het belang en de waarde van gezonde, robuuste natuur en natuurherstel. Als we natuur niet behouden en herstellen, komt ons eigen voortbestaan in gevaar.

Het begrip van wederkerigheid geeft ook basis om te gaan handelen: als alles verbonden is, hebben onze acties ergens invloed, ook al zien we het niet direct terug in onze omgeving. Wat we doen (of laten) heeft impact. Naast het weten met het hoofd, is het belangrijk die verbondenheid met natuur te voelen in ons hart. Dat we willen zorgen voor natuur in plaats van dat het moet. Uit de publieksonderzoeken blijkt ook dat intrinsieke waarde van natuur een hoofdreden is voor mensen om natuurbescherming belangrijk te vinden.

Wederkerigheid benadrukken en onderbouwen

De overwegend positieve houding die de doelgroep heeft ten aanzien van natuur is een gevoelsmatige overtuiging. 'Intuïtief weten mensen (wel) dat we verbonden zijn met natuur en van natuur afhankelijk zijn.' Dit biedt de kans om die overtuiging te bevestigen en verder te voeden met rationele argumenten. Dat koppelt twee routes die van belang zijn bij het ontwikkelen van een overtuiging: de 'gevoelsmatige' en de 'rationele route' (zoals onderscheiden het in het Elaboration likelihood-model van Petty en Cacioppo). In de meedenksessies werd het belang van de rationele route ook benoemd: "het 'systeemverhaal' is basiskennis en bewustzijn die overgebracht moeten worden. Leg uit hoe alles samenhangt en wat dat voor de mens en andere onderdelen van het systeem betekent." Door de verbondenheid steeds expliciet te verwoorden worden de verbinding en het begrip van het belang van natuur(herstel) versterkt. Benoem dus waar mogelijk het ecocentrische wereldbeeld 'natuur en mens zijn samen onderdeel van het grote geheel: het leven op aarde'.

Een wenkend perspectief bieden

Naast het benoemen van de urgentie van werken aan robuuste natuur en een concreet handelingsperspectief, gebruiken we in het natuurverhaal (zie hoofdstuk 3) een wenkend perspectief om de intrinsieke motivatie aan te wakkeren. Uit de meedenksessies komt naar voren dat er een sterk verhaal moet komen: geef een perspectief om aan een nieuw systeem te bouwen waarin mens en natuur een geheel zijn.

Een wenkend perspectief geeft een duidelijk beeld aan de waaromvraag. Waarom doen we dit eigenlijk? Wat levert gezonde, robuuste natuur ons op? Hoe ziet de toekomst eruit als ik nu beter voor natuur zorg?

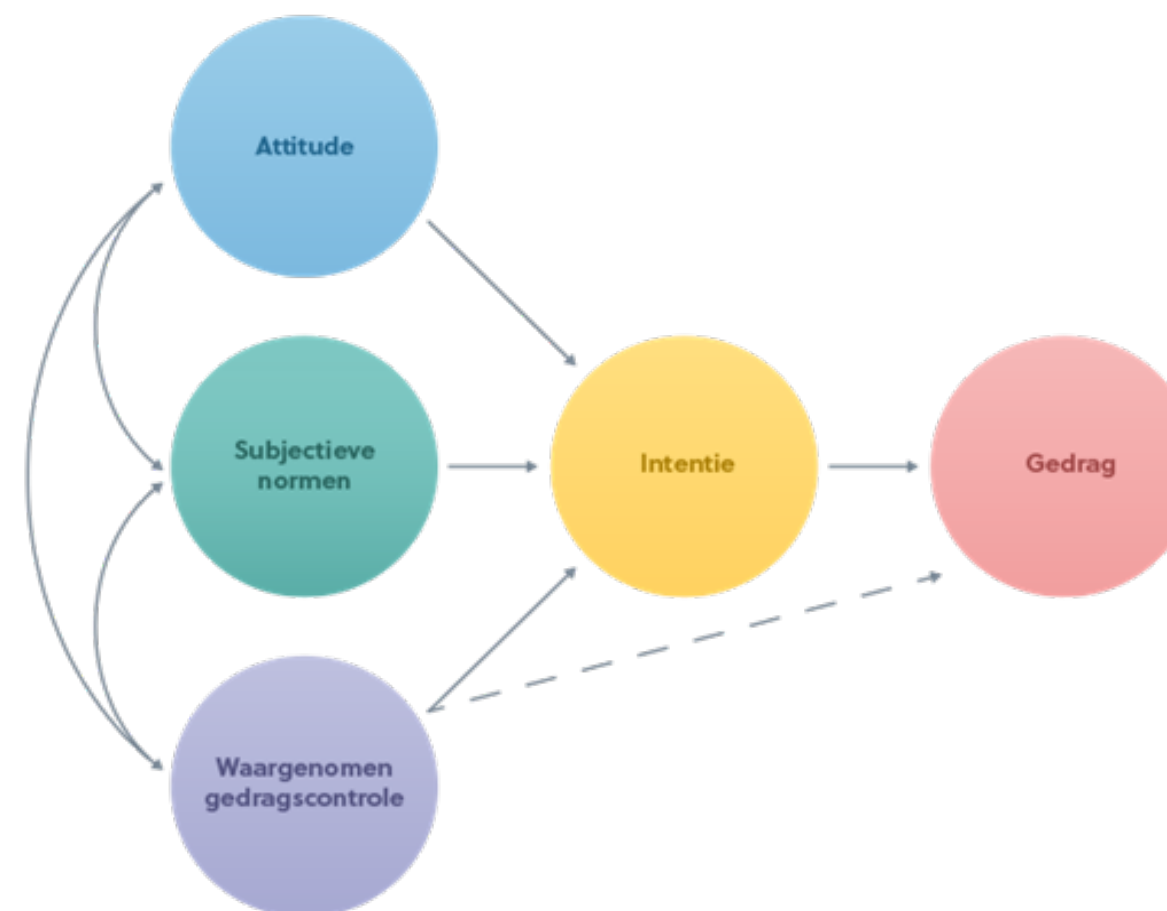
In het wenkend perspectief koppelen we natuur en natuurherstel aan waarden en toekomstbeelden die voor de doelgroep belangrijk zijn: denk hierbij aan genieten, plezier, ontspanning, rust, ruimte, welzijn, gezondheid. Mensen creëren dan zelf een onbewust verlangen naar dit perspectief waardoor ze eerder in actie komen. Belangrijk is het dichtbij te maken. In plaats van te communiceren over werkzaamheden in een natuurgebied en behoud van soorten, kunnen voorbeelden worden geven van het perspectief, dat zich afspeelt in de directe leefomgeving van de doelgroep of hiermee verbonden zijn: een fris, groen bos met ontspannen wandelende mensen, een weelderige wei vol bloemen, vlinders en vogels. of enthousiast spelende kinderen met vegen modder op hun gezicht. Deel in de communicatie wat we wél willen (en geen beelden van graafmachines bijvoorbeeld).



4.3. De kloof houding - gedrag dichten: uitvoerbare handelingsperspectieven

Er zit een kloof tussen voelen dat natuur de basis is van ons bestaan, en er dus toe doet, en gedrag. De neiging is groot toch voor de 'hedonistische' route te kiezen. Omdat de kennis bij veel mensen ontbreekt over het probleem van biodiversiteitsverlies, is de mate van cognitieve dissonantie beperkt. Uit onderzoeken komt bovendien naar voren dat mensen bij natuur weinig eigen handelingsperspectief ervaren. Bescherming van natuur is een taak van de overheid, geven respondenten in de publieksonderzoeken aan. Het besef dat veel Nederlanders in de basis een positieve houding hebben ten opzichte van natuur geeft wel een goede basis om de kloof tussen houding en gedrag te dichten. Stap 1 in de theory of reasoned action van Fishbein & Ajzen is daarmee al genomen, zou je kunnen zeggen.

Onderstaand schema vat hun theorie schematisch samen.



Er lijkt behoefte te zijn aan concrete gedragsalternatieven. Stimulansen voor om in actie te komen zijn:

- Benoemen van urgentie van natuurherstel;
- Besef dat het een breed ondersteunde beweging is, werken aan natuurherstel, er zijn al veel anderen bezig (subjectieve norm);
- Bevestiging dat iedereen op z'n eigen beperkte manier toch een bijdrage kan leveren (binnen de waargenomen gedragscontrole).



Handelingsperspectief: urgentie

Bij het onderstrepen van de urgentie van natuurherstel is het balanceren op een koord. Mensen hebben urgentie nodig om in actie te komen, daarom benoemen we in het basisverhaal de staat waarin natuur zich bevindt, de problemen die hiermee samenhangen (voor natuur, biodiversiteit, klimaat en mens) en wat we verliezen als we natuur niet herstellen. Dit kan ook angst en apathie oproepen. Daarom is opvolging met een effectieve, uitvoerbare oplossing noodzakelijk, omdat het publiek anders de boodschap zal negeren of ontkennen. Dit wordt onderbouwd in het EPPM-model van Witte.

Handelingsperspectief: uitvoerbaarheid

Om te zorgen dat angst niet verlamdend werkt of zorgt voor het verwerpen van de boodschap, moet urgentie altijd gekoppeld worden aan een concreet en uitvoerbaar handelingsperspectief. Het beste werken kleine, behapbare stapjes waarbij mensen vertrouwen hebben in het eigen kunnen om het gewenste gedrag te vertonen. Zorg dat die stapjes zo concreet mogelijk en dichtbij zijn, zoals: maak van je balkon een mini-natuurgebied, ga picknicken in de natuurspeeltuin, volg je lokale boswachter op Facebook, zet een waterschaal voor vogels in je tuin, ga elke maandag sporten in het bos.

Handelingsperspectief: effectiviteit.

Veel mensen hebben het gevoel dat ze als individu geen verschil kunnen maken en ondernemen daarom niets. Daarom moet duidelijk zijn dat de gepromote handeling daadwerkelijk bijdraagt aan het oplossen van het probleem. Dit is te beargumenteren vanuit de verbondenheid met het grote geheel: als je met alles verbonden bent, heeft dat wat je doet wél zin. Er is niet één oplossing voor het probleem: alles doet ertoe en je kunt kiezen wat bij je past. Vele kleine stapjes maken samen de oplossing.

In de pretestfase is gevraagd naar het gedrag dat mensen zelf al uitoefenen voor natuur. In dit kader is de antwoordcategorie 'in overweging' het meest interessant. Hier zien we relatief hoge aantallen bij:

- Help je gemeente met het omvormen van bermen en plantsoenen naar bloemenweiden;
- Praat in je omgeving over meer diversiteit in al het groen om ons heen;
- Word lid van een (lokale) natuurorganisatie.

Vooraf het eerste punt is opmerkelijk, dit is het vaakst genoemd. Blijkbaar zien veel mensen goede kansen voor meer diversiteit in het gemeentelijk beheer. De vraag dient zich aan hoe je inwoners kunt stimuleren dit kenbaar te maken bij de gemeente, of om ze te faciliteren hier zelf actie in te ondernemen (buurtgroeninitiatieven). Hier kan de samenwerking worden gezocht met acties als Operatie Steenbreek. Wat ook opvalt, is dat de drie genoemde punten allemaal over 'iets samen doen' gaan. Het lijkt goed om handelingsperspectieven aan te bieden waar mensen het samen kunnen doen.

4.3.1. Concrete handelingsperspectieven: 'Wat jij doet, doet ertoe'

Hiervoor benoemden we stimulansen en factoren die van invloed zijn op het handelingsperspectief dat de doelgroep ervaart. Communicatief hebben we dit vertaald naar de concrete activerende oproep: 'Wat jij doet, doet ertoe' in het natuurverhaal. Dit loopt als een rode draad door het verhaal. Vanuit de verbondenheid van mens en natuur ('wij zijn natuur') is alle gedrag van de mens, ook op individueel niveau, van invloed. Of dat nu in een natuurgebied is, of in de directe leefomgeving. Vanuit dit besef is het belangrijk om duidelijk te maken hoe iedereen een bijdrage kan leveren aan een gezonde natuur, en dus ook aan natuurbehoud en -herstel. De concrete omgeving c.q. situatie waarin de doelgroep zich bevindt is hierin bepalend voor het handelingsperspectief en de 'in te zetten communicatie'.

	Eigen omgeving	Sociale omgeving	Natuurgebied
Handeling(en)	<p><i>Wat jij doet, doet ertoe:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • neem een groene fietsroute naar je werk • plant (inheemse) bloemen en planten in je tuin • raap zwerfafval op in je buurt • koop je boodschappen bij een duurzame boer in de buurt • overtuig je gemeente over te stappen op ecologisch groenbeheer van bermen en plantsoenen • consumeer duurzaam en natuurbewust 	<p><i>Wat jij doet, doet ertoe:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • neem je kinderen mee naar het bos • praat met familie en vrienden over wat natuur betekent voor jou, het belang van natuur en wat jij daar zelf aan doet • volg je lokale boswachter en nodig anderen uit om dit ook te doen 	<p><i>Wat jij doet, doet ertoe:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • houd je hond aan de lijn, blijf op de paden • neem je afval mee • bezoek niet na zonsondergang • raap zwerfafval op tijdens je natuurwandeling

De Nationale Denktank, een groep van twintig jonge ambitieuze denkers en doeners die zich dit jaar (2022) buigen over de biodiversiteitscrisis, heeft een handige checklist opgesteld voor een oproep of actie met betrekking tot natuur en biodiversiteit. Effectieve communicatie over biodiversiteit heeft in hun optiek acht kenmerken:

- speelt in op waarden en prioriteiten,
- speelt in op emotie,
- gebruikt (sociale) normen,
- spitst informatie toe op kennisniveau,
- geeft concreet handelingsperspectief,
- is herkenbaar en visualiseerbaar,
- heeft vertrouwen van doelgroep,w
- staat dichtbij het publiek.

Het is nagenoeg ondoenlijk om aan al deze punten te voldoen in een actie, maar het is altijd nuttig om het lijstje langs te lopen en te kijken hoe deze gebruikt kunnen worden.

Hierbij is het wel belangrijk mee te nemen dat het niet alleen aan de burger is om in actie te komen. De overheden doen dat ook, net als een aantal bedrijven. Ook in de landbouw zien we meer aandacht voor agrarisch natuur- en landschapsbeheer en natuurinclusieve landbouw. Wat jij doet, doet er toe, en je doet het niet alleen!

4.4 Bouwen op young professionals

Tijdens de meedenksessies kwam de groep young professionals overtuigend naar voren als potentiële 'kartrekkers' van het natuurverhaal. Met de young professionals hebben we de volgende groep voor ogen:

- werkende Mbo'ers, Hbo'ers en Wo'ers tussen de 20 en 35 jaar;
- actief in het werkveld van duurzaamheid, energietransitie, natuur, klimaat en milieu.

Advies is om deze groep nadrukkelijk te betrekken in een op te zetten campagne. Ze zijn zich zeer bewust van de problematiek rond natuur en klimaat, snappen de waarde en het belang van gezonde natuur en voelen de urgentie om in actie te komen. Vaak doen zij dit (al) buiten de gebaande paden om en beginnen gewoon hun eigen project of beweging. (Zie bijvoorbeeld het manifest van JongerenXNaturalis).

Suggesties zijn:

- Gedragsalternatieven voor young professionals ophalen via crowdsourcing. Zij weten zelf het best welk gedrag zij willen en kunnen uitvoeren. Bijvoorbeeld: meer gericht op sporten, met vrienden in de natuur, duurzaam en natuurproof reizen? Door dit in een actie en campagne door en voor young professionals uit te zetten, komen de beste suggesties naar voren en heb je een groot bereik. Het kan ook betrekking hebben op handelingsperspectieven binnen het kader van 'Hoe start je een eigen project of beweging' en 'Hoe krijg je mensen mee';
- Netwerken en verbindingen tussen actieve young professionals faciliteren, zodat dit interessant is voor hun eigen professionele ontwikkeling en carrière;
- Geef young professionals een serieuze plek aan tafel en kartrekkersrol in de communicatie. Pas op dat je ze daarmee in kapselt in een bestaand en dichtgetimmerd systeem.

Het laten verwoorden van de boodschap door deze jonge mensen heeft als extra kracht dat zij (nog) meer recht van spreken hebben: "We (jullie..) moeten nu scherp zijn, anders wordt het voor ons echt een nare zaak, dat is er weinig meer te zien/beleven. We willen liever gebieden vol leven, avontuurlijke, rijke natuur, om ook weer met onze kinderen te beleven, dus we moeten nu aan de bak voor straks". Veel jonge mensen ervaren pijn en rouw over de staat van de aarde. Ze ervaren klimaatstress en vinden dat burgers, bedrijven en de overheid niet genoeg doen. Ze voelen de druk van 'het redden van de wereld'. Oudere generaties hebben de wereld kapotgemaakt en de jongeren moeten het nu oplossen, anders is het te laat.

Naast de zorg voor de toekomst, is er onder een brede groep young professionals veel behoefte aan genieten, ontspanning en plezier maken. Ze zijn opgegroeid met het idee dat het leven maakbaar is, alles direct beschikbaar is, je overal naartoe kan vliegen en dat natuur een probleem is van de overheid. Deze tegenstrijdigheid kan worden ingezet als extra voeding voor handeling, door er op te wijzen dat ook het eigen handelen ertoe doet. Want iedereen wil af van het oncomfortabele gevoel (cognitieve dissonantie) dat je vindt dat er meer actie nodig is en dat je zelf daar niets op onderneemt.

4.5 Beeldtaal en taalgebruik

Beeldtaal

Het basisverhaal biedt verschillende mogelijkheden om de kernpunten om te zetten in beeldtaal. Hieronder enkele suggesties.

'Hoe rijk wil je zijn?'

We realiseren het ons niet dagelijks, maar door de natuur zijn we schatrijk: ze geeft frisse lucht, drinkbaar water, grondstoffen, voedsel, plezier en ontspanning. We genieten van natuur. Veel mensen weten uit ervaring: we voelen ons vaak gelukkig en gezond met natuur om ons heen.

In de beeldtaal kan de diversiteit, de veelkleurigheid, de veelzijdigheid van natuur naar voren komen en worden getoond. Het perspectief van een bloeiende bermen en velden, kleurrijke parken, waterkanten vol afwisseling, wateren waarin vogels spatteren of duiken naar vis, bossen waar spechten van zich laten horen en eekhoorns van tak naar tak springen, gebieden waar volop te genieten valt



'Wat is jouw natuur?'

Natuur en mens zijn onderdeel van één ecosysteem: leven op aarde. Al dat leven is met elkaar verbonden. Biodiversiteit, natuur, klimaat en milieu werken samen en hebben invloed op elkaar. We zijn een geheel, in een wederkerige situatie. Wij zorgen voor de natuur, de natuur zorgt voor ons. Natuur beschermt ons tegen ziekten en plagen, houdt ons hoofd koel en onze voeten droog.

In de beeldtaal kan worden getoond dat iedereen als vanzelfsprekend wel iets heeft met natuur, zonder zich daar misschien sterk bewust van te zijn. Hieronder een paar voorbeelden; er is aanvulling gewenst met Nederlandse natuurgebieden als achtergrond.



Taalgebruik

- **Nadruk leggen op de onderliggende waarde van natuur**

Natuur is voor iedereen anders. In plaats van te vervallen in discussies over wat natuur is, is het belangrijk te focussen op de onderliggende waarden van natuur, en die expliciet te maken in het taalgebruik.

- Natuur is rijkdom;
- Meer natuur, meer leven;
- Natuurherstel brengt rijkdom;
- Biodiversiteit is leven.

Natuurherstel hoeft niet zozeer economisch te worden verantwoord: dat het veel geld oplevert of bespaart als we nu werken aan herstel. De focus in de communicatie kan het beste liggen op het goede gevoel dat gezonde en aantrekkelijke natuur oproept.

- **Natuur zo tastbaar en concreet mogelijk maken**

Maak de natuur waar het over gaat, zo concreet mogelijk, met de namen van soort(groepen), geografische namen, de verschijningsvorm (het type natuur) zodat iemand een helder plaatje voor zich ziet, weet waar het over gaat.

Gebruik woorden om over natuur te spreken die een koppeling maken met de zintuigen. De doelgroep wordt dan als het ware getransporteerd naar de plek waar het over gaat, wat de ontvankelijkheid voor de boodschap vergroot. Het gaat om woorden die aansluiten bij wat de doelgroep kan voelen, ervaren, ruiken, zien, beleven: geurende bloemen, de ochtendzon op je huid, het getinkel van vogels, het lome, zomerse zoemen van hommels, frisse lentegras onder je voeten, oude bomen waar je bij kunt schuilen.

- Lidwoorden (de, het, een) vergroten de afstand tussen de zelfstandige naamwoorden waar ze bij horen. Om de afstand tussen mens en natuur juist te verkleinen is het beter daarom lidwoorden te vermijden: gebruik zo min mogelijk 'de' voor de woorden mens en natuur. Vermijd ook andere woorden die de 'kloof' tussen mens en natuur benadrukken, zoals tegenstelling, afstand, scheiding, tussen, hindernis, conflict.

Wat is natuur?

Over de vraag 'wat is natuur' lopen de ideeën ver uiteen. Je gaat het hier niet over eens worden. Zeker niet met de mensen die er een politieke mening van maken: "In Nederland hebben we geen natuur, we zijn hier alleen maar aan het tuinieren". De discussie kan beter worden vermeden. Dat kan door te verwijzen naar de gemiddelde opinie die in de publieksonderzoeken naar voren komt: "Een natuurlijk bos of water, flora en fauna, en het liefst veel daarvan. Veel concreter is het beeld van en de wens bij de Nederlandse natuur niet. Zaken als aangelegde parken, moestuinen of groene daken worden dan ook vaak niet als onderdeel van de natuur gezien." Daarnaast geldt: maak de natuur waar het over gaat in een communicatie uiting, zo concreet en tastbaar mogelijk voor de doelgroep.

(Noodzaak tot) natuurherstel concreet maken

- Bij het duiden van de urgentie voor natuurherstel is ook belangrijk het probleem zo helder en tastbaar mogelijk te maken. Het gaat om: eeuwenoude bomen die omvallen, bossen en bomen die eruit gaan zien als kale staken, een stromende beek met ijsvogels die permanent droog beginnen te vallen, de steeds kleine kans op het zien van spelende konijnen in de duinen, of om stern en andere vogels te zien jagen boven het IJsselmeer.
- Bij communicatie-uitingen over een specifiek gebied (van provincie tot lokaal natuurgebied) is het zinvol om zo concreet mogelijk te zijn over wat er op het spel staat, wat gewonnen wordt door te werken aan robuuste natuur én wat er nodig is om daar te komen. Dit kunnen ook maatregelen zijn die er niet uitzien als natuurherstel, maar wél noodzakelijk zijn voor herstel op langere termijn. Gebieden kunnen bij naam genoemd worden, en in plaats van 'de natuur' is het beter te spreken over: de beukenbossen, de duinvalleien, het hoogveen, de eiken van oudsher, de vogels langs de beek, de reeën, dassen, otters. Wees in de communicatie over natuurherstel ook specifiek over wie wat doet: het Rijk betaalt, de provincies voeren uit samen met terreinbeheerders etc.
- Om wij-zij denken te voorkomen: vermijd wij als algemeenheid: Wij Nederlanders, of wij overheid. Voer natuurherstel op als een noodzakelijk iets van zichzelf. Wees specifiek over wie wat doet: het Rijk betaalt, de provincies voeren uit, samen met terreinbeheerders, etc.



5. HOE GEBRUIK JE DIT VERHAAL EN DE UITGANGSPUNTEN?

Kies de elementen die jouw verhaal versterken

Natuur komt als rode draad in veel beleid en communicatie voor. De ene keer als doel. Denk aan het verbeteren van omstandigheden om plant- en diersoorten een betere kans te geven. Soms ook als oplossing; als we zorgen dat er meer natuur komt, komt er ook meer ruimte (terug) om te ondernemen, woningen te bouwen en gezond te leven. Bij alle communicatie over natuur helpt het om het belang van natuur te vertellen. We willen de natuur verbeteren en versterken. Dat is echt nodig. De kwaliteit gaat achteruit. De stap om het belang van natuur te vertellen helpt bij de beantwoording van de vraag 'waarom is deze maatregel, beleid, aanpak...etc nodig'. Het geeft zingeving aan wat we doen.

Voorbeeld 1: Waarom werken we in Nederland aan natuurherstel?

Afzender en gebruik

Dit verhaal kan worden ingezet door overheden en natuurorganisaties. Misschien is de tekst wat lang en is niet elke organisatie gecharmeerd van elke zin. Dan kunnen die ook worden weggelaten.

Zolang de centrale lijn overeind blijft:

- urgentie: het gaat niet goed met natuur in Nederland, terwijl dat de basis is van ons bestaan,
- grote diversiteit is voorwaarde voor een goed functionerend natuursysteem,
- daarom investeren we in behoud van bijzondere, zeldzame natuur,
- dat geeft het perspectief van veerkrachtige, sterke natuur.
- Per gebied kan de hele tekst meer specifiek worden gemaakt: type gebied, welke natuur, welke soorten zijn in het geding

Basistekst	Toelichting
Nederland heeft bijzondere natuurgebieden. Maar het gaat niet goed met de natuur in deze gebieden. Groot probleem is dat veel bijzondere soorten steeds zeldzamer worden. Ook verdwijnen er soorten. [Specifiek maken voor de afzonderlijke gebieden.] De laatste decennia is veel stikstof in natuurgebieden terechtgekomen, de bodem is extra verrijkt met voedingstoffen. Dat is niet zo positief als het misschien klinkt. De overvloed aan stikstof zorgt ervoor dat soorten die daar niet tegen kunnen verdwijnen. Het gevolg is een kleinere variatie planten en dieren. Ook klimaatverandering en de afname van leefgebied hebben een negatieve invloed op natuurkwaliteit in Nederland.	Uit publieksonderzoeken blijkt dat mensen natuur belangrijk vinden. Men beseft dat natuur de basis van ons bestaan is
Als er steeds minder soorten zijn, vallen er gaten in onze Nederlandse natuur. Dat werkt als één systeem. Vergelijk het met een voetbalteam dat steeds slechter functioneert als er minder spelers in het veld staan. Terwijl veel mensen in Nederland graag zien dat de natuur goed beschermd wordt.	In lijn met deze visie is het concept dat we onderdeel uitmaken van één groot natuursysteem. Dit is m.n. in meedenksessies naar voren gekomen.
Natuur is de basis van ons bestaan. Een goed functionerend natuursysteem hebben we heel hard nodig. Alle soorten planten en dieren samen vormen de basis van ons bestaan: van onze gezondheid, economie én ons geluk. Dit natuursysteem staat of valt met een grote diversiteit aan soorten.	Natuur is basis van ons bestaan: dit sluit aan bij resultaten publieksonderzoeken en meedenksessies. Ook de minister gebruikt deze tekst.
Veel bijzondere soorten zijn vooral nog te vinden in natuurgebieden, met name in Natura2000-gebieden. Rijksoverheid, provincies en terreinbeherende organisaties werken er samen hard aan om ze daar te behouden en weer toe te laten nemen in aantal. Daarom investeren we met het Programma Natuur fors in herstelmaatregelen, zowel in én rond de natuurgebieden.	Er is perspectief: we gaan werken aan herstel. En dat doen we samen.
Om succes te boeken is het nodig naar het hele systeem van een natuurgebied te kijken. De maatregelen zijn daarom gericht op herstel van de waterhuishouding, de bodem en verbindingen tussen natuurgebieden. De maatregelen moeten ervoor zorgen dat bijzondere soorten een grotere kans hebben om te overleven, zich uit te breiden of terug te keren. En wij mensen, kunnen zo van de grote diversiteit van de natuur blijven genieten.	Integrale aanpak (sluit aan bij één groot natuursysteem) Per gebied toelichten om welke maatregelen het gaat
Het zijn steeds maatregelen waar goed over is nagedacht en waarvan bekend is dat ze een positief resultaat geven. Er zijn ook maatregelen bij die natuurbeheerders liever achterwege zouden laten en de natuur juist lijken te schaden: bomen kappen, met grote machines bodemlagen afschrappen of met vrachtwagens grond aan- of afvoeren. Dat gebeurt om weer ruimte te geven aan de bijzondere soorten in de natuurgebieden. Om zeldzame soorten te beschermen is het soms ook nodig de recreatie tijdelijk in te perken. Ook geen prettige maatregel, omdat beheerders liever mensen zien genieten van de natuur.	Begrip tonen voor mensen die probleem hebben met de ingrepen. Laten zien dat de bezwaren tegen de maatregelen erkend en soms ook gedeeld worden.
Toch zijn deze natuurherstelmaatregelen hoognodig. Alleen dan kunnen bijzondere planten- en diersoorten zich weer handhaven in de natuurgebieden. Zo krijgt de natuur weer meer veerkracht. [Specifiek maken voor de afzonderlijke gebieden: gunstig perspectief.]	Er is perspectief. Als de urgentie wordt benoemd, is het nodig om ook het perspectief te schetsen. (En indien van toepassing ook een handelingsperspectief.)
Dat is ook in het belang van boeren, bouwers en vervoerders. Een rijke en veerkrachtige natuur is randvoorwaarde voor het laten plaatsvinden van toekomstige activiteiten in deze sectoren.	We werken aan de toekomst.
<i>Evt. toevoegen persoonlijk handelingsperspectief:</i> Wil je weten hoe jij kunt bijdragen aan natuurkwaliteit in de natuurgebieden. Het is simpel: kijk op de informatieborden wat mogelijk is en zorg dat je een goede gast bent in het gebied, raap zwerfafval tijdens je natuurwandeling.	Volgens de theorie: benoemen urgentie is goed als er ook een handelingsperspectief aan wordt gekoppeld.

Voorbeeld 2: Maatregelen voor natuurherstel in een natuurgebied

Het programma Natuur heeft afspraken gemaakt in zogenaamde SPUK's (speciale uitkering), waarbij in provincies een subsidie aangevraagd kan worden voor de uitvoering van maatregelen. Lokaal wordt voor mensen hiermee ook concreet wat natuurherstel en natuurverbetering in de regio inhoudt. Het is voor hen soms niet meteen duidelijk waarom een ingreep plaatsvindt of wat het oplevert.

Wat kan het verhaal vanuit Programma Natuur zijn bij de uitvoering van maatregelen? Hoe kan het natuurverhaal helpen bij het creëren van draagvlak? In de casus Fochteloërveen kan het als volgt werken:



Casus Fochteloërveen

Het Fochteloërveen is een zeer bijzonder gebied in Nederland. In het hoogveen hier kun je nog baltsende kraanvogels, roze lavendelheide en wuivend wollegras zien - en vele andere zeldzaam geworden soorten. Hoogveen was eerst breed verspreid in Nederland. Nu is het Fochteloërveen ongeveer de laatste plek nog rijke hoogveennatuur. Het is een bijzondere plek om te genieten van de natuur, maar ook een belangrijke natuurlijke bondgenoot. Veenvast houdt water vast en zorgt voor de zuivering ervan. Ook slaat veen koolstof op en zorgt daarmee voor minder schadelijke gassen in de lucht.

Wat heeft Fochteloërveen nodig?

Eigenlijk is het simpel: het veen moet nat blijven en niet te veel voeding (zoals stikstof) krijgen. Zo blijft de unieke natuur in stand en verdwijnen er geen bijzondere soorten uit het gebied.

Wat gaan we doen (perspectief natuurbeheerder)

Het gaat nu niet goed in het Fochteloërveen. Het was er ooit nat en voedselarm. Nu wordt het droger en droger. Daarom gaan we ervoor zorgen dat het water terugkomt én blijft in het gebied.

De belangrijkste maatregel voor vernatting is de aanleg van kades die het water vasthouden. Dat is eerder ge-

beurd, maar de oude, deels houten dammen rotten weg. Daarom komen er nu dammen van zand en leem. Een proef liet zien dat dit goed werkt.

Voor de aanleg zijn er kranen en vrachtwagens nodig en tijdelijke buizensystemen die het zand op de goede plek krijgen. Als natuurbeheerder zien we zo'n grote ingreep liever niet in het Fochteloërveen. Maar om de bijzondere waarden van het Fochteloërveen te redden, is nu ingrijpen noodzakelijk. Gelukkig is het tijdelijk ongemak: van tot....., daarna keert de rust weer.

Een natter gebied is straks ook beter bestand tegen alle reactieve stikstof die er terecht komt. Het is dan nog steeds noodzakelijk om te zorgen dat de stikstoflast afneemt; daar gaan de provincies en belanghebbenden in gebiedsprocessen mee aan de slag.

Natuurherstel in Nederland

Werken aan behoud van de natuur van het Fochteloërveen staat niet op zichzelf. Op meer plekken in Nederland wordt gewerkt aan natuurherstel, vanuit het nationale Programma Natuur. Acht op de tien Nederlanders wil dat de overheid werk maakt van het behoud van de natuur in Nederland. Gezonde en rijke natuur is ook de basis van ons bestaan. Zorgen we goed voor de natuur, dan zorgen we goed voor onszelf.

Optioneel: handelingsperspectief toevoegen

Afhankelijk van de toepassing kan hier een concreet handelingsperspectief aan worden toegevoegd: wat kun je zelf doen om de natuur van het Fochteloërveen te beschermen?

Lokaal

- Omgevingsmanagement: het gesprek aangaan. Vooral stikstofbeleid ligt gevoelig en kan weerstand oproepen. Daarom helpt het om in gesprek te gaan met de natuur als startpunt: wat is het belang om het Fochteloërveen in stand te houden én te helpen met herstellen. Als vergelijking: watermanagement stuit op minder weerstand na een droge zomer, omdat de noodzaak dan beter in beeld is.
- Natuurkwaliteit is ook een gevoelsmatige ervaring; het helpt om letterlijk 'het veen op te gaan'. Daarom is het wenselijk om de meest betrokken personen zoals direct omwonende boeren en burgers uit te nodigen voor excursies en/of informatieavonden. Of informatieavonden met video, alsof de deelnemers op excursie zijn.
- Betrokkenen kunnen zelf ook bijdragen aan het behoud van het Fochteloërveen. Door zelf bewust met het gebied om te gaan, als zij het bezoeken, zich aan de gedragsregels te houden en door het juiste en complete verhaal verder te vertellen in hun eigen sociale omgeving.
- Nog concreter: help ter aanvulling op de natuur in het Fochteloërveen ook de natuur in je directe omgeving dus in je tuin of in je buurt.. Laat de planten, bloemen terugkomen die voor de natuurlijke inwoners (vlinders, vogels, insecten) van het gebied belangrijk zijn en help mee om het water vast te houden in je tuin.

Nationaal

Ondersteunende communicatie vanuit het programma Natuur helpt. Hierbij is de insteek om te laten zien dat op heel veel plekken in Nederland gewerkt wordt aan natuurherstel (gedeelde smart...), hoe dat gebeurt (gezamenlijk, mensen verwachten van de overheid een actieve rol) én wat het belang daarvan is (zorg je voor de natuur, dan zorg je voor jezelf).

Voorbeeld 3: Het verhaal over natuur en stikstof

In de huidige communicatie van overheden over natuur en stikstof gaat het vaak over het voldoen aan de wetten en regels, of over de balans tussen economie en ecologie. In de communicatie over het stikstofbeleid is het belangrijk om toe te lichten hoe de relatie tussen een hoge stikstofneerslag en natuurkwaliteit eruit ziet.

Hoe zou je dit verhaal kunnen vertellen met als startpunt natuur als basis van ons bestaan? Die relatie en de noodzaak om maatregelen te treffen zijn verwerkt in de tekst hiernaast.

Optioneel kan hier dieper worden ingegaan op (het nut van) concrete maatregelen. Ook is het mogelijk om te verwijzen naar wat de lezer zelf kan doen om de stikstofuitstoot te verminderen. Zoals minder autorijden, en niet harder dan 100 km/u rijden.



Tekst	Toelichting
<p>De toestand van bodem, water en natuur is zeer zorgelijk.</p> <p>De natuurkwaliteit in Nederland vertoont een dalende lijn. Een enkele keer komt een soort weer terug, maar over de hele linie verdwijnen er meer dier- en plantensoorten dan erbij komen.</p> <p>Meer dan de helft van de beschermde plant -en diersoorten blijven achteruitgaan. Het natuursysteem raakt meer en meer uit balans. Dat leidt tot meer plagen en ziekten, meer droogte, hitte en wateroverlast</p>	<p>Uit de discoursanalyse blijkt dat in huidige toelichtingen op het stikstofbeleid niet wordt ingegaan op de belangrijkste reden voor het beleid.</p>
<p>Stikstof is niet de enige oorzaak, maar vaak de belangrijkste</p> <p>Er zijn meerdere factoren waardoor de natuurkwaliteit in natuurgebieden achteruitgaat. Te lage grondwaterstanden, te veel afstand tussen de natuurgebieden. Maar de belangrijkste is de neerslag van stikstof in de natuurgebieden.</p> <p>Stikstof is, ook in de natuur, een meststof. Planten die graag veel stikstof in hun omgeving hebben, zoals bramen en brandnetels, groeien er goed op. Gevolg is dat zeldzame planten worden verdrongen.</p> <p>Daarbij zorgt extra stikstof voor een ander bodemmilieu. De bodem verzuurt, met als effect: minder kalk en minder bodemleven. Terwijl dat nodig is voor een goede conditie van bomen en planten. Het gevolg van minder kalkopname door planten is dat koolmeesjes te weinig kalk binnenkrijgen en te dunne eierschalen aanmaken.</p>	<p>Erkenning dat er meer speelt dan alleen stikstof.</p> <p>Deskundigen wijzen op twee grote problemen voortkomend uit stikstofaanvoer: (1) voedselarme natuur wordt permanent bemest en verzuurt daardoor, en (2) het bodemmilieu verandert. Ook boeren zijn in het algemeen niet blij met bramen en brandnetels.</p> <p>Boeren hebben basiskennis van processen in de bodem en begrijpen (steeds vaker) dat bodemleven belangrijk is.</p>
<p>Het natuursysteem hapert, bijsturen is nodig</p> <p>Niet alleen in natuurgebieden is te zien dat het natuursysteem hapert, ook daarbuiten zien we voorbeelden: er is minder natuurlijke bestuiving in de fruitteelt, de eikenprocessierups blijft als plaag terugkeren.</p> <p>Om de achteruitgang van natuurkwaliteit tegen te gaan, is het noodzakelijk de stikstofuitstoot naar beneden te brengen. Daar is al veel voor gedaan. Maar uit alle onderzoeken blijkt dat er meer nodig is. Daarvoor wordt naar industrie, verkeer en landbouw gekeken.</p>	<p>Erkenning dat er al veel is gedaan.</p>
<p>Een rijke natuur met veel soorten is van levensbelang voor de mens. Het zorgt voor schone lucht, schoon water en het reguleert het klimaat. Een goed functionerend natuursysteem legt CO2 vast en werkt als een spons voor het waterbeheer: langzaam water opnemen en langzaam weer loslaten. Het is nodig om gewassen en fruit te bestuiven. Ook de landbouw is gebaat bij een compleet natuursysteem: bijvoorbeeld in de vorm van een rijk bodemleven en natuurlijke vijanden voor bestrijding van bijvoorbeeld luizen.</p> <p>Mensen en onze samenleving hebben dus belang bij een goed functionerend natuurlijk systeem. Daarom wordt met het Programma Natuur hard gewerkt aan herstel van de natuurkwaliteit in natuurgebieden en daarmee aan toekomstbestendige natuur.</p>	<p>Toevoegen van rationele argumenten aan het basisverhaal over het natuursysteem.</p> <p>Koppeling met landbouw.</p> <p>Uit onderzoek blijkt dat boeren positieve associaties hebben bij 'toekomstbestendige landbouw'.</p>

Voorbeeld 4: Inpassing in het verhaal over de transitie in het landelijk gebied

Vanuit het NPLG en de transitie landelijk gebied wordt gewerkt aan een nieuw perspectief voor het landelijk gebied. Daar hoort een breed verhaal bij over de versterking van de natuur/verlaging stikstofdepositie, de verbetering van de waterkwaliteit en het tegengaan van klimaatverandering. Dat hebben we samengevat in bijgaand schema.

De teksten in groene letters in het schema geven aan welke onderdelen te vinden zijn in dit rapport. Zowel het verhaal als de uitgangspunten zijn van toepassing. De andere onderdelen kunnen worden opgenomen in de op te stellen communicatiestrategie Transitie Landelijk Gebied.

NPLG – thema's: wat is (beleids) probleem?	Stikstof – m.n. ammoniak	KRW – waterkwaliteit	Broeikasgasreductie landbouw en landgebruik	Evt. aanvullende vraagstukken zoals bossenstrategie?
Waarom is beleid noodzakelijk	Te veel aan stikstof leidt tot het verdwijnen van soorten en verschraving van de natuurlijke leefomgeving	De kwaliteit van het Nederlandse grond- en oppervlakte is onvoldoende	Klimaatverandering leidt tot veenoxidatie: veenlagen verdwijnen, de bodem daalt ten opzichte van het grondwater en wordt nat, waardoor weer verlaging van het grondwaterpeil nodig is enzovoorts.	..
Waar doen we het voor?	Herstel en behoud van rijke, diverse natuur: betere natuurkwaliteit	Schoon en gezond water in de Nederlandse rivieren, meren, kustwateren en in de bodem (grondwater).	Toekomstbestendig veenweidegebied en minder opwarming aarde	..
Wenkend perspectief	Bijzondere planten- en diersoorten kunnen zich handhaven in de natuurgebieden. Natuur weer meer veerkracht. Dit draagt bij aan een gezonde en gelukkige samenleving	Schoon water om te drinken en om in te zwemmen, met daarin en daarnaast een rijke en bloeiende waternatuur	Aantrekkelijk veenweidelandschap als onderdeel van ons uniek deltalandschap, plus bijdrage aan inperking klimaatverandering	..
Overkoepelend verhaal NPLG <i>met wenkend perspectief voor het landelijk gebied, voor de landbouw, voor het platteland.</i>				
Toepassingen	<i>Uitwerkingen en toepassingen voor uiteenlopende situaties en doelgroepen:</i> <i>Natuurherstelproject (zoals Fochteloërveen) (omwonenden waar onder boeren)</i> <ul style="list-style-type: none"> • Agenda Natuurinclusief-projecten (veel verschillende domeinen) • Gerichte stikstofmaatregelen zoals uitkoop piekbelasters • ... 	<i>Uitwerking voor:</i> <ul style="list-style-type: none"> • KRW-projecten • .. 	<i>Uitwerking voor:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Projecten gericht op peilverandering • Experimenten voor natte teelten • .. 	

BIJLAGE 1.

Doelgroepsegmentatie van de ‘in natuur geïnteresseerde burger’, vertaald naar ‘de burger die van natuur geniet’

Nederlandse burgers die regelmatig een natuurgebied bezoeken

Bepaalde interesse in natuur, vooral gebaseerd op ontspanning en recreatie

Ontvankelijk voor de boodschap dat natuur ook een andere functie heeft (zoals instandhouden van de biodiversiteit, economische waarde) en dat onderhoud/herstel nodig is

Vertaald naar de 8 Mentality milieus (sociale milieus) en toegespitst naar kijk op duurzaamheid (Vijf tinten groener) kan de ‘in natuur geïnteresseerde burger’ worden onderverdeeld in: plichtsgetrouwen (13%), verantwoordelijken (22%) en ontplooiers (10%).

Verantwoordelijken (kosmopolieten, postmaterialisten) = 22%

Verantwoordelijken dragen graag hun steentje bij aan een duurzamere samenleving en zien duurzaamheid allerm minst als een hype. Ze zijn zich erg bewust van hun ecologische voetafdruk en het effect daarvan op toekomstige generaties. Zo maken verantwoordelijken zich oprecht zorgen over regionale en mondiale milieuschade. Deze groep is niet tegen innovaties op het gebied van duurzaamheid, maar ze hebben soms wel hun bedenkingen. De genetische modificatie van gewassen vinden ze bijvoorbeeld problematisch. Hoewel ze best willen aannemen dat er duurzaamheidsvoordelen zijn, willen ze eerst een ethische discussie over de wenselijkheid van dergelijke technieken. Deze groep benadert duurzaamheid vanuit hun ideaal en ziet verduurzaming als een oplossing voor een wereldwijd probleem waar een gezamenlijke aanpak van burgers, bedrijven en overheid voor nodig is. Daar moet wel bij worden opgemerkt dat ze, meer dan de andere groepen, van mening zijn dat burgers meer eigen verantwoordelijkheid moeten nemen.

Ze streven naar een bewuste en duurzame levensstijl en vertellen anderen ook graag hoe ze moeten leven. Toch zetten ze niet alles opzij. Ze weten wat er zou moeten gebeuren en voor een deel leven ze daar ook naar, maar er is een grens aan wat ze willen opofferen. Een enkele keer vlees moet kunnen. Het is zoeken naar de balans tussen duurzaamheid, comfort en genieten.

Moderne waarden: bezitten, verwennen, genieten

Bewust: Staan vaker stil bij de natuur om hen heen.

Zorgen: Maken zich vaker zorgen om de natuur.

Geïnformeerd: Zijn vaker op de hoogte van natuurproblematiek in het algemeen en beleid Programma Natuur specifiek. Hebben ook vaker een informatiebehoefte.

Attitude: Vaker positief over Programma Natuur.

Effectiviteit en belang: Vinden Programma Natuur vaker belangrijk en nuttig voor natuurbehoud/-herstel.

Verantwoordelijkheid: Vinden meer partijen (mede)verantwoordelijk voor natuur.

Eigen effectiviteit: Hebben vaker het idee zelf iets te kunnen bijdragen.

Intentie: Hogere intentie om bij te dragen aan natuurbehoud/-herstel.

Sociale omgeving: Klimaat en milieu zijn in vrienden- of collegakring vaker belangrijke thema's.

Gedrag: Onderneemt vaker nu al actie op natuurgebied.

Maatschappij: Maatschappijkritische idealisten, wereldburgers, maatschappelijk en politiek geëngageerd en georiënteerd, tolerant.

Duurzaamheid: Geïnteresseerd, kritisch, eigen bijdrage is vanzelfsprekend.

Communicatie met dit doelgroepsegment: Feitelijk, niet belerend. Spreek aan op maatschappelijke verantwoordelijkheid, lokaal en internationaal en wijs op mogelijkheden.

Persona verantwoordelijken

Annemarie, 45 jaar. Woont in Nijmegen, samenwonend, 3 thuiswonende kinderen. Universitair geschoold, werkt als beleidsmedewerker RO bij gemeente Nijmegen. Hobby's: hardlopen, tuinieren, koken, yoga. Stemt: GroenLinks. Vrijtijdsbesteding: gaat ongeveer 3 à 4 keer per jaar op vakantie. Fanatiek kampeerder, van kamperen met het gezin in Italië en Zweden, tot regelmatig een paar dagen/weekendje kamperen op (natuur)campings in Nederland. Vliegt zo min mogelijk (vliegschaamte). Werkt -als vrijwilliger- mee in de redactie van de wijkkrant en in de kantine van de voetbalvereniging van de kinderen. Is niet gelovig c.q. geen kerkganger. Beschouwt zichzelf als sterk betrokken bij de natuur, meer nog dan een echt natuurmens. Bossen, rivieroever, bloemrijke wegbermen, de stadsnatuurtuin, mos tussen stoeptegels, onkruid in de tuin: het is allemaal natuur.



Maakt zich zorgen over de achteruitgang van de natuur en de biodiversiteit, vooral in relatie tot de toekomst van haar kinderen. Volgt met meer dan gemiddelde interesse nieuws & (achtergrond)artikelen over deze onderwerpen. Is graag buiten en in de natuur, zowel om te sporten als te ontspannen. Beschouwt zichzelf als burger, medeverantwoordelijk voor natuurbehoud (gedrag thuis en in de natuur, politieke keuzes). Scheidt haar afval consequent, neemt groene stroom af, koopt in principe alleen biologische en milieuvriendelijke producten (lokaal waar het kan), is vegetariër en is in bezit van een elektrische auto. Steunt meerdere doelen: Artsen zonder grenzen, Unicef, Greenpeace, Dierenbescherming. Leest De Volkskrant. Heeft alleen een account op LinkedIn, en post daar met enige regelmaat. Gebruikt smartphone.

Kenmerkende uitspraken:

- ‘De mens is onderdeel van de natuur.’
- ‘De natuur hoeft niet mooi te zijn, het is vooral belangrijk dat ze bestaat.’
- ‘Ik maak me zorgen over de achteruitgang van de natuur.’
- ‘Ik hecht waarde aan duurzaamheid, omdat ik het belangrijk vind voor de toekomst zodat mijn kinderen en kleinkinderen ook in een betere wereld kunnen leven.’
- ‘Ik word boos als er gezonde bomen worden gekapt.’
- ‘Weg met de tegels in de stadstuinen en verstandiger natuurbeheer in en rond de steden.’
- ‘De natuur heeft de mens niet nodig, maar de mens wel de natuur.’

Ontplooiers (postmoderne hedonisten) = 10%

Ontplooiers staan open in het leven en gaan actief op zoek naar nieuwe ervaringen. Persoonlijke vrijheid is het uitgangspunt voor deze groep. Ze nemen het leven zoals het komt en proberen daar zoveel mogelijk plezier uit te halen door dingen te doen die voor hen betekenisvol zijn. Ontplooiers willen graag zelf een bijdrage leveren, creatief meedenken over oplossingen en volgen niet blindelings de massa. Ze kiezen hun eigen weg en nemen beslissingen met als doel zichzelf te ontwikkelen. Ontplooiers zijn optimistisch en toekomstgericht. Stilstand is achteruitgang. Ze denken eerder in kansen dan in bedreigingen. Ook als verwachtingen toch niet blijken uit te komen, blijven ze optimistisch. Hun ambities staan betrekkelijk los van status of het streven naar maatschappelijke erkenning. Door hun brede interesse en omdat ze opstaan voor veel verschillende activiteiten, is hun aandacht vaak vluchtig.

Postmoderne waarden: ontplooiën, beleven

Maatschappij: Weinig betrokken, tolerant, gelijke kansen, werken ondergeschikt aan privé.

Duurzaamheid: Duurzaam, zolang het de vrijheid niet aantast.

Communicatie met dit doelgroepsegment: Gebruik het feit dat ze continu actief zijn op sociale media en speel in op hun behoefte dat ze steeds up-to-date willen zijn.

Persona ontplooiers



Nigel, 35 jaar. Woont in Rotterdam, samenwonend, geen kinderen. Hbo, werkt als marketeer bij een reclamebureau in Rotterdam. Hobby's: klimmen, hardlopen, festivals bezoeken. Stemt: D66. Doet aan afvalscheiding, heeft zonnepanelen op zijn woning, koopt zoveel mogelijk duurzame en milieuvriendelijke producten, maar let vooral op kwaliteit, rijdt een (lease) Tesla. Heeft geen dagbladabonnement, volgt nieuws en actualiteiten voornamelijk online. Is geen vaste donateur van goede doelen (wil niet vastzitten aan donatie) maar steunt incidenteel (en spontaan). Vindt natuur belangrijk en maakt zich ook wel zorgen over de achteruitgang van de natuur. Maar heeft ook het vertrouwen dat we met z'n allen in staat zijn om dit probleem op te lossen. En tegelijkertijd vertrouwen in de overlevingskracht van de natuur. De overheid heeft hierin een belangrijke verantwoordelijkheid en voortrekkersrol. Dan volgen het bedrijfsleven en ook burgers vanzelf. Beschouwt zichzelf meer als natuurbetrokken dan als een natuurmens (als stedeling).

Kenmerkende uitspraken:

- 'Ik onderschrijf de idealen van duurzaamheid, maar leef er niet naar eerlijk gezegd. Dat is ook wel een beetje gemakzucht.'
- 'Erg leuk hoor die natuurgebieden waar niemand mag komen, maar ik heb liever een stukje natuur waar ik ook van kan genieten.'
- 'Er zou serieuzer onderzoek gedaan moeten worden naar verticale landbouw.'
- 'Ik werk veel, dus kom niet vaak in de natuur. Maar als ik eenmaal vakantie heb, zit ik vooral in de natuur, bij voorkeur in het buitenland. En hoe minder mensen ik dan tegenkom, hoe beter.'
- 'Duurzaam vlees is gezond.'
- 'Het belangrijkste is om samen met de natuur te leven. Dus i.p.v. tegels meer planten. Bijv. een bushokje beplanten. Al die kleine dingen maken al veel verschil.'
- 'In de natuur ervaar ik iets dat de mens overstijgt.'

Plichtsgetrouwen (traditionele burgers) = 13%

Hechten sterk aan traditionele normen en waarden, en het gezin. Houden van een rustig en regelmatig leven en godsdienst speelt daarin vaak een belangrijke rol. Plichtsgetrouwen zijn maatschappelijk betrokken. Deze betrokkenheid en het feit dat zij veel waarde hechten aan het gezin maken ook dat zij zich verantwoordelijk voelen om de wereld goed achter te laten voor de volgende generaties.

Traditionele waarden: behouden

Maatschappij: Maatschappelijk betrokken, solidair met minderheden en betrokken bij het milieu.

Duurzaamheid: Zeer sober ingesteld. Duurzaam? Dat doe je toch gewoon.

Plannen: Heeft minder vaak al concrete plannen om bij te dragen aan natuurherstel/bescherming.

Communicatie met dit doelgroepsegment: Focus op het hier en nu, en de waarde voor het gezin. Maak het simpel, geef voorbeelden. Geef informatie via regionale dagbladen en vakbladen en wees helder wie de afzender is: gevoelig voor autoriteit.

Persona plichtgetrouwen

Aad, 55 jaar. Woont in Apeldoorn. Getrouwd, 2 (uitwonende) kinderen. Mbo opleiding logistiek (aangevuld met diverse opleidingen), werkt als planner bij een transportbedrijf. Hobby's: fietsen/wielrennen, vissen, zingen in kerkkoor. Stemt: zweeft tussen CDA en ChristenUnie (CU), laatste jaren CU. Vrijtijdsbesteding: gaat ongeveer 2 keer per jaar op vakantie. Bij voorkeur met auto en caravan naar Frankrijk. Of een paar dagen naar Belgische Ardennen, Duitsland. Incidenteel op vliegvakantie naar zonnige bestemming. eef. Besteedt ook veel vrije tijd aan mantelzorg voor (schoon) ouders. Is christelijk en gaat bijna wekelijks naar de kerk. Beschouwt zichzelf als betrokken bij de natuur en een natuurmens. Denkt bij natuur vooral aan wilde, ongerepte natuur zoals kronkelende beekjes en (meer romantisch) bloemrijke bermen, vlinders in de tuin. Ziet in een belangrijke verantwoordelijkheidsrol weggelegd voor de overheid in natuurbescherming en natuurherstel en heeft daar ook vertrouwen in.



Maakt zich wel zorgen over de achteruitgang van de natuur, mede door de berichtgeving in de media, maar is daar niet dagelijks mee bezig. Geniet van de natuur, en dan met name tijdens een boswandeling, wandelingen door het park (met hond) en/of tijdens wekelijkse wielrenronde met vrienden. Rijdt weliswaar in een benzine lease auto van de zaak, maar probeert in zijn vrije tijd de auto zoveel mogelijk te laten staan en de (elektrische) fiets te nemen. Steunt een aantal goede doelen: WNF, Natuurmonumenten, Artsen zonder grenzen, Kerk in Actie. Leest de Stentor. Heeft account op LinkedIn, Facebook en Twitter, alleen meer volgend dan actief postend. Gebruikt smartphone.

Kenmerkende uitspraken:

- 'Ik erger me aan rotzooi op straat in perken of in de natuur. Mensen moeten het fatsoen hebben om afval mee te nemen naar huis en daar in de prullenbak scheiden.'
- 'Ik wil veel doen voor duurzaamheid, maar niet tegen elke prijs. Papier, glas en plastic breng ik apart weg. Maar als artikelen erg duur zijn door de duurzaamheid, dan kies ik voor het goedkopere alternatief.'
- 'Ik geniet vooral van de rust van de natuur.'
- 'Ik wil best de auto wat vaker laten staan, en de fiets pakken, maar ga 'm niet de deur uitdoen.'
- 'Het is natuurlijk heel moeilijk als je een boerenbedrijf hebt en je wilt je inzetten voor de natuur. Ik ben tegen megastallen maar als je gigantisch geïnvesteerd hebt, kun je niet zo maar je stallen leeg laten staan. De boer is dus toch vaak het kind van de rekening.'
- 'Wij hebben een grote tuin, met veel gras, een vijver en veel bloemen en veel vogels, vorig jaar een nestje kuifmezen gehad in een nestkastje. Daar kan ik echt van genieten.'

BIJLAGE 2.

Vergelijking onderzoek Motivaction (Natuurbeleid: kennis en houding van burgers) en I&O onderzoek (Natuuropvattingen in Nederland)

I&O

Bijna 80 procent neemt de houding aan van **natuurmens of natuurbetrokken**, of een combinatie van die houdingen. Deze indeling is gemaakt op basis van een aantal stellingen over de verhouding tot de natuur.

Het overgrote deel van de Nederlandse bevolking is het erover eens dat de natuur belangrijk is. Meest genoemde redenen zijn de positieve effecten op de gezondheid, het feit dat je van de natuur kunt genieten en de rol van de natuur voor opgroeiende kinderen. Wat men als belangrijkste motivatie daarvoor noemt, is dat de natuur de basis is voor alles wat leeft. Voor ongeveer een op de acht Nederlanders is natuur minder belangrijk. Voor die groep is het belang van natuur bijvoorbeeld ondergeschikt aan dat van gezondheid en economie.

Motivaction

Natuur speelt een belangrijke rol in het leven van mensen. Dat wordt geconcludeerd op basis van een aantal voorgelegde stellingen, zoals 'de natuur is goed voor de psychische en lichamelijke gezondheid van mensen'. En 'Het bestaan van veel verschillende soorten planten en dieren is onmisbaar voor het voortbestaan van de mens'. Onderzoek geeft echter geen informatie over de eigen (verh)houding tot natuur.

Associatie met natuur

I&O

Nederlanders denken bij 'de natuur' vooral aan wilde, ongerepte natuur zoals kronkelende beekjes en aan romantische natuur zoals bloemrijke bermen. Functionele natuur, zoals maïsvelden of forellen in een kweekvijver, en lage natuur, zoals onkruid, beschouwt men minder als typerend.

Motivaction

Natuur associeert men met bos, dieren, groen en bomen. Natuur is ... (60% of meer): een natuurlijk ontstaan bos of meer, beschermd natuurgebied, duinen, zee, aangelegd bos. 49% of minder: aangelegd meer, landbouwgebied, (volks)tuin, groen dak.

Belang van natuur & natuurherstel (als beleidsonderwerp van de overheid)

I&O

Belang van natuur in vergelijking met andere overheidsonderwerpen (waar overheid prioriteit aan moet geven): van de in totaal 11 genoemde onderwerpen, staat natuur op de 9e plaats (van méér naar minder belangrijk): gezondheidszorg, onderwijs, milieu en klimaat, sociale zekerheid, werkgelegenheid, misdaad en terrorisme, immigratie en integratie, normen en waarden, natuur, ouderen en anders/geen van deze onderwerpen.

De meest genoemde reden om natuur belangrijk te vinden, is het belang voor de gezondheid. Daarna volgen 'genieten', 'kinderen' en 'toekomstige generaties' en de 'basis voor al wat leeft'.

(Dat de natuur aandacht nodig heeft, daar zijn de meeste mensen het over eens. Maar als wordt gevraagd welk aandachtsgebied prioriteit moet krijgen in het beleid van de overheid, verliest de natuur het in veel gevallen van het milieu en het klimaat. De urgentie om de natuur aan te pakken, is minder sterk aanwezig. Belangrijke redenen daarvoor zijn de positieve associaties met het begrip natuur en het gebrek aan handelingsperspectief).

Motivaction

Natuur speelt weliswaar een belangrijke rol in het leven van mensen, maar wordt niet gezien als urgent maatschappelijk issue. Natuur staat niet in de top 5 van belangrijke beleidsonderwerpen voor de overheid. Deze onderwerpen wél: zorg, woningmarkt, veiligheid, gevolgd door onderwijs en energie & klimaat.

Urgentie/probleembesef

I&O

Zorgen om de natuur worden gerelativeerd door het feit dat veel mensen ontzettend van de natuur genieten. Men weet dat er aandacht nodig is voor de natuur, maar genieten staat zo hoog op het 'natuurlijstje', dat natuur minder wordt geassocieerd met iets dat aandacht nodig heeft.

Motivaction

Mensen maken zich wel zorgen om de natuur (ruim een derde: natuur die verdwijnt, minder groen, het effect van de mens op de natuur), maar kunnen vaak niet concreet benoemen waarom precies.

Kennis over beleid

I&O

Men denkt bij natuurbeleid vooral aan de (traditionele) beleidsdoelen: bescherming van bedreigde dier- en plantsoorten, bijzondere landschappen en van bestaande natuurgebieden. Deze zijn bekender. De nieuwere beleidsdoelen zijn minder bekend, men vindt deze ook minder helder en concreet: vergroten biodiversiteit, in stand houden van diensten die de natuur ons levert, en natuurvriendelijke samenleving.

Reflectie (I&O)

Inzicht in zorgen groeit door kennis en ervaring. Het gevoel van urgentie dat de natuur aandacht nodig heeft, lijkt gevoeld te worden door interesse in de natuur, kennis over de natuur en ervaringen die zijn opgedaan in de natuur. Met name het beleidsdoel over de natuurvriendelijke samenleving spreekt tot de verbeelding. Een veelgenoemde reden daarvoor is dat het perspectief biedt voor eigen inbreng en dat wordt als positief gezien.

Motivaction

Weinig kennis over natuurbeleid: het merendeel kan niet benoemen wat het beleid inhoudt. Vermindering van stikstofuitstoot of behoud/bescherming van natuur worden het meest genoemd als onderdeel van het beleid.

Verantwoordelijkheid voor natuur

Motivaction

Verantwoordelijkheid voor de natuur wordt in eerste plaats bij de overheid gelegd. De Rijksoverheid wordt als hoofdverantwoordelijke voor natuurbeleid genoemd door het Nederlands publiek, gevolgd door provincies en gemeenten. Verder vindt meer dan de helft de burgers in het algemeen verantwoordelijk en daarna pas zichzelf.

I&O

Nederlanders vinden vooral de overheid hoofdverantwoordelijk voor natuurgebieden. Een op de drie Nederlanders legt ook hoofdverantwoordelijkheid neer bij natuurorganisaties. Landbouwbedrijven, (overig) bedrijfsleven en burgers zijn vooral medeverantwoordelijk. Ook als het gaat om landschappelijk gebied, is de overheid het meest verantwoordelijk. Landbouwbedrijven en natuurorganisaties wisselen van positie ten opzichte van de natuurgebieden. De overheid is ook het vaakst de hoofdverantwoordelijke partij als het gaat om parken en groen in de buurt. Meer dan een kwart van de Nederlanders vindt ook burgers hoofdverantwoordelijk.

Handelingsperspectief & actiebereidheid

I&O

Natuur biedt mensen weinig handelingsperspectief. Natuur is een plek om van te genieten en rust te vinden, is er altijd, ook als er geen mensen meer zijn, reguleert zichzelf. Bij het begrip natuur staan de positieve associaties sterker op de voorgrond dan de negatieve associaties, terwijl dat bij klimaat en milieu andersom is. Milieu associëren respondenten met dicht in de buurt, vervuiling en iets waar ze zelf iets aan kunnen doen. Dat betekent dat ze het gevoel hebben dat ze er invloed op hebben, dat er handelingsperspectief is.

Motivaction

De helft van de Nederlanders vindt zichzelf medeverantwoordelijk voor de natuur. En bij iets meer dan de helft is er de intentie om daadwerkelijk een steentje bij te dragen. Als men dat niet wil, worden hier als redenen genoemd: gebrek aan tijd of behoefte/interesse. Ook een gebrek aan urgentie ("menselijk ingrijpen is niet nodig") wordt als belangrijk argument aangedragen. Niet goed weten wat zij precies kunnen doen kan een drempel zijn om daadwerkelijk in actie te komen. Mensen hebben ook weinig concrete ideeën en plannen om in actie te komen voor de natuur.

BIJLAGE 3.

Verslaglegging meedenksessies 14 en 19 juli 2022

Keuzes voor stellingen (eigen perspectief) drie sessies opgeteld

Ronde 1	A Mens centraal	B Natuur centraal	C Natuur in jezelf
Relatie mens en natuur	Natuur is belangrijk voor ons	Wij zijn onderdeel van de natuur	Wij ZIJN natuur
	(5x)	(1x)	(3x)
	(0x)	(8x)	(1x)
	(2x)	(2x)	(1x)
	= 7	= 11	= 5

Ronde 2	B Mens centraal	A Natuur centraal	C Natuur in jezelf
Handelen en impact	Zorgen voor natuur is belangrijk voor het voortbestaan van de mens	Zorgen voor natuur is belangrijk voor al het leven op Aarde	Zorgen voor natuur is zorgen voor jezelf
	(0x)	(8x)	1x)
	(3x)	(3x)	(2x)
	(5x)	(1x)	(1x)
	= 8	= 12	= 4

Ronde 3	C Mens centraal	B Natuur centraal	A Natuur in jezelf
Waarom is natuur belangrijk	Natuur geeft ons lucht, water, voedsel, plezier en gezondheid	Natuur is de basis van alles wat leeft	Natuur zit in ons hart
	(3x)	(6x)	(0x)
	(2x)	(5x)	(2x)
	(0x)	(5x)	(2x)
	= 5	= 16	= 4

Ronde 4	A Mens centraal	C Natuur centraal	B Natuur in jezelf
Wat is de waarde van natuur	Natuur heeft economische waarde	Natuur heeft een eigen waarde	We voelen ons gelukkig en gezond met natuur in de buurt
	(1x)	(4x)	(4x)
	(4x)	(2x)	(3x)
	(0x)	(2x)	(4x)
	= 5	= 8	= 11

Eerste conclusies en startpunten strategie & verhaal

Populaire stellingen/bouwblokken n.a.v. meedenksessies

Wij zijn onderdeel van de natuur. Sterker nog, wij ZIJN natuur. Zorgen voor natuur is belangrijk voor al het leven op aarde. En dus ook voor het voortbestaan van de mens. Waarom natuur belangrijk is? Het is de basis van alles wat leeft. We voelen ons gelukkig en gezond met natuur om ons heen. Natuur heeft waarde. Economisch én op een manier die niet in geld uit te drukken is.

Natuurherstel levert ons geld én .. én ... op. We zijn onlosmakelijk met natuur verbonden. In ons dagelijks leven vergeten we dat wel eens. Of we weten het wel, maar vinden het moeilijk om ernaar te handelen.

- **Overall conclusie n.a.v. de sessies:**
Wij ZIJN natuur is eigenlijk (persoonlijk en intuïtief gezien) het gewenste perspectief. Het verhaal dat verteld zou moeten worden. Maar is Nederland daar klaar voor?
- Wij zijn onderdeel van natuur is logisch voor de deelnemers. Het 'systeemverhaal' wordt gezien als een basiskennis en bewustzijn die overgebracht moeten worden. Uitleg hoe alles samenhangt en wat dat voor de mens en andere onderdelen van het systeem betekent.
- De aanname is dat de 'lichtgroene' in natuur geïnteresseerde burger alleen in beweging gebracht kan worden met 'whats in it for me', fear appeal of economische winst.

Het verhaal heeft twee delen:

1. Systeem en samenhang (kennis en bewustzijn)
2. Persoonlijk maken (emotie, handelingsperspectief)

Nieuwe systemen moeten gebouwd worden vanuit een nieuw wereldbeeld.

Kiezen voor een STERK verhaal.

Het perspectief dat je wilt om het nieuwe systeem te bouwen.

Aandachtspunten:

- Visueel, concreet, tastbaar, voelbaar, persoonlijk maken.
- Urgentie erin verwerken, niet er omheen kletsen. Zeker niet bij de boeren.
- Let op! Burger is in het beste geval lichtgroen.
- Intuïtief weten (onderbouwd door onderzoek) koppelen aan rationeel verhaal.

In de basis ecocentrisch narratief, met uitstapjes naar mens centraal en wij zijn natuur

Waarom is natuur belangrijk?	Natuur is de basis van alles wat leeft. Het geeft ons... - Concrete voorbeelden. - Onderbouwing. - Positieve toon, verwondering.
------------------------------	---

Relatie mens en natuur	Natuur en mens zijn onderdeel van één ecosysteem: leven op aarde. En al dat leven is met elkaar verbonden. - Uitleg samenhang en begrippen - Maar zo handelen we niet altijd.
Handelen en impact	Antropoceen → Ecocentrisme - Waarom hebben we gedaan wat we gedaan hebben? - Waarom werkt dat niet? Het systeem is uit balans. Urgentie (!) - Waar naartoe moeten we veranderen? - Kan dat? Is dat haalbaar?
Wat is de waarde van natuur?	Wenkend perspectief - Wat levert dat op? - Whats in it for me, economisch, vier het leven van natuur, floreren
Persoonlijk handelingsperspectief	Meer natuur is én én én Dus, wat kan ik nu concreet doen voor nu direct impact? - Handelingsperspectief aanbieden. Waar kun je naartoe voor die eerste kleine simpele leuke stap.

Openstaande vragen:

- Hoe zien wij (= de overheid) de wereld voor ons die we creëren met het Programma Natuur? Of mogen de burgers dat zelf invullen?
- Wat is een natuurinclusieve samenleving eigenlijk? Wat valt daaronder? Alleen biodynamisch en natuurinclusief boeren, of ook technologie en innovatie?
- Wat is het wenkend perspectief dat we vertellen?
- Wat is de basiskennis van de 'in natuur geïnteresseerde burger' of de 'burger die van natuur geniet' over:
 - Samenhang van natuur / biodiversiteit / klimaat / milieu / ecosysteem
 - Wat die begrippen betekenen

Kernpunten jongeren & young professionals

Waarom denk jij dat de natuur een nieuw verhaal nodig heeft?

- Is er een verhaal dan?
- Er wordt nu een te klein en gedetailleerd verhaal verteld. De samenhang ontbreekt.
- Het verhaal is technisch en polariserend. We hebben een nieuw verhaal nodig waarin iedereen zich kan vinden zodat we vooruit kunnen. We missen de samenhang en het brede perspectief van hoe we onze leefomgeving willen inrichten. En de rol die natuur hierin speelt.
- Wat is natuur? Iedereen wordt blij van natuur.

Relatie mens natuur

- Er is een gat tussen dat wat je voelt / waarden en dat wat je doet.
- We hebben invloed op de natuur, zijn er onderdeel van, houden ervan, hebben een band.
- Gelijkwaardigheid en 'wij zijn natuur' ontbreekt totaal in de samenleving.
- We zijn onlosmakelijk verbonden met de natuur. We hebben een maatschappij gecreëerd waarin we er los van staan en natuur zien als iets dat we gebruiken. Dat is de oorzaak van de problemen waar we nu in zitten. Om het tij te keren moet je in alles vanuit 'wij zijn natuur' werken en communiceren.
- De gemiddelde Nederlander herkent een aardappelveld niet eens, ze missen de schoonheid.
- Relatie heeft te maken met waar je bent opgegroeid. In welk gezin en welke regio.
- Moeite met term natuur. Als een decor waar we doorheen lopen. Je bent altijd in de natuur.
- Alle drie de perspectieven zijn herkenbaar.

Mensen voelen intuïtief aan dat ze onderdeel zijn van natuur

- Zolang het geen consequenties heeft voor hun eigen leven, ziet iedereen het belang van de natuur.
- Communicatie inzetten als 'wij zijn de hoeder, wij zorgen ervoor', dan blijf je de mens erboven plaatsen. Nieuwe systemen moeten gebouwd worden vanuit een nieuw wereldbeeld.
- Mens centraal wereldbeeld is comfortabel en praktisch. Maar willen we écht een op de lange termijn volhoudbaar systeem bouwen, dan moet het verhaal anders zijn.

Handelen en impact

- Samenhang en kennis belangrijk om mee te geven.
- Als de mens er niet is dan zorgt de natuur wel voor zichzelf. Vanuit mens perspectief gaat het om een zo hoog mogelijke kwaliteit van leven.
- Weg van dat klinische, mensen moeten gaan ervaren en beleven.
- De overheid moet daden in lijn brengen met woorden. Bijvoorbeeld alles biologisch in het ziekenhuis, waarom doen ze dat niet?

Gelijke rechten natuur

- Twijfel of dat aansluit bij de doelgroep. Mensen hebben andere zorgen. Koppelen aan belang van de mens. Gelijke rechten voor de Maas, dan hou ik droge voeten.
- Bij lichtgroen laagdrempelige communicatie, geen romans en zeker niet aankomen met de Maas wil een stem.

Waarom is natuur belangrijk

- Natuur geeft ons lucht, water, voedsel en plezier. Hebben de mensen dat eigenlijk wel door?
 - Brabant Water communiceert 'hier wordt water geproduceerd' bij een pomp. Maar water wordt 'geproduceerd' door de natuur. En lucht door bomen i.p.v. door een ventilator.
 - Dus: Hier produceert De Peel schone lucht voor XXX huishoudens. Hier produceert XX genoeg water om heel Weert van schoon drinkwater te voorzien.

- Hier produceert XX schoon water, dus de boodschap moet zijn 'houd het hier schoon, dump hier geen afval' want dan wordt jouw drinkwater vies.
- Waarom doen we natuurherstel en specifiek deze maatregelen? Communicatiekans.

Wat is de waarde van natuur?

- Natuur heeft eigen waarde: als je je alleen op de andere perspectieven richt, dan heb je geen verhaal. Dan sta je er niet voor. A (mens centraal) en B (natuur centraal) brengen te weinig gewicht in de schaal. Je moet het grote verhaal vertellen anders leg je het af.
- Het gaat verder dan waarde, natuur is noodzakelijk. We hebben natuur nodig om te zorgen dat we niet onderlopen, verdrogen, dood gaan aan hittegolven.

Biodiversiteit

- Het begint pas te leven als je voorbeelden hebt. Aantrekkelijke landschappen, omgeving, impliciete waarde voor het systeem.
- Florerend, gezond, levendig, overvloedig, een feest van leven. "All flourishing is mutual." Het tot bloei komen van soorten en leven hangt samen, een feestelijk iets wat je in communicatie kunt gebruiken.
- Een stevige basis. We zijn minder kwetsbaar.
- Lange termijn duidelijk maken. Herstel natuur en biodiversiteit heeft tijd nodig.

Communicatiestrategie

- In communicatie 'binnen twee generaties' in plaats van 'over 70 jaar'.
- Jonge klimaatbeweging erbij betrekken. Jongeren maken hun eigen beweging.
- Wenkend perspectief.

Emotie

- Vertrouwen en doorzettingskracht. Verantwoordelijkheidsgevoel, we zijn aan zet en moeten iets doen ook. Klimaatstress, positieve natuurverhalen zijn welkom.
- Urgentie? Is er al onder jongeren.

Handelingsperspectief

We hebben veel invloed op natuur in Nederland, omdat de oplossing ook lokaal is. Voor verdroging in Brabant heb je Brabanders nodig in grondgebruikers in Brabant. Het is écht binnen bereik als we weten wat we moeten doen.

- Digitaal platform met welke dingen we nu kunnen doen, waar je bij kan aansluiten of hoe je zelf iets start. Het hele palet laten zien. Elke jongere die iets wil doen kan persoonlijk in gesprek gaan met ambassadeurs.
- Handleiding, roadmap.
- Platform regionaal ontdekken. Waar kan ik lokaal voedsel kopen, waar zijn voedselbossen, waar kan ik vrijwilliger worden, lokaal, gericht op beleven.

Kernpunten groene publieksgerichte organisaties

Relatie mens natuur

- Wij zijn onderdeel van de natuur.
 - Dat zijn we niet meer – of er ver van verwijderd, maar dit moeten we wel zijn en hebben we in ons.
 - We zijn verbonden met de natuur en dáár hebben we herstelwerk in te doen.
 - Ons klein laten voelen ten opzichte van die natuur.
- Wij zijn natuur. Al zijn we het misschien vergeten. Elk ander alternatief is een loskoppeling en betekent het begin van het einde.
- De doelgroep zit bij mens centraal, natuur is belangrijk voor ons maar ook lastig want er mag heel veel niet. Geen illusies maken.

Handelen en impact

- De relatie met natuur voelen op dagelijkse basis.
- Ons voortbestaan op deze aarde, voor onze kinderen, is de grootste motivatie om iets te doen. Schuldgevoel naar kinderen.
- Natuur vaagt ons uiteindelijk weg.
- Verantwoordelijkheid om goed voor de natuur te zorgen.

Is er een koppeling tussen deze motieven en het werk voor natuurherstel?

- Als je de natuur herstelt en zorgt dat die gezond en in evenwicht blijft, dan zorgt de natuur voor gezonde lucht. Hoe zou iedereen het vinden als we altijd met een zuurstofmasker moeten oplopen?
- Mensen zijn niet geïnteresseerd in het pimperlblauwtje, dus focus daar niet op, maar leg de dynamiek van natuur, natuurlijke processen uit. Hoe doet de natuur dat zelf? Meebewegen geeft ruimte en plezier.
- Niet alleen op zorgen voor focussen, maar op beleving en de natuur vieren.

Biodiversiteit

- Diversiteit in natuur, mensen, dieren, soorten, planten.
 - Robuustheid, veerkracht.
 - Rijkdom, creativiteit, verwondering.
- Dat de directe leefomgeving in brengen.

Waarom is natuur belangrijk?

- Het gaat voorbij je gevoel. Het is alles en geeft ons alles.
- Deelnemers voelen persoonlijk natuur centraal of natuur in jezelf, maar zijn ervan overtuigd dat de doelgroep de mens centraal stelt.

Wat is de waarde van natuur?

- Doelgroep gaat niet voor intrinsieke waarde maar persoonlijke en economische waarde.
 - Natuur(herstel) levert geld op en maakt gezond en gelukkig.

- Het is niet te doen om de economische waarde van natuur te berekenen. Wetenschappers en economen doen een poging, maar dit is erg lastig te vangen. Het past niet in modellen en de werkelijke waarde is veel groter.

Handelingsperspectief

- Niet te veel focus op kennisoverdracht, maar combinatie van sterke emotie en waarde.
- Opvolgen met kleine stappen. Concreet, simpel, behapbaar.
- Transparantie / Walk the Talk. Laat als overheid ook zien wat de overheid zelf doet. En wat het bedrijfsleven moet doen en doet.
 - Je bent niet de enige die iets doet en inlevert.
- Samenwerking versterken, er is al zoveel op dit gebied (apps, tools, campagnes, kaarten) bij de losse organisaties. Dat uitbouwen.
- Positieve prijsprikkels inzetten op dat wat je wilt + niet meer stimuleren wat je niet wilt (dus geen schaalvergroting financieren).

Zijn er concrete stappen te zetten richting een natuurinclusieve samenleving?

- Wenkend perspectief. Een verhaal laten zien. Bijvoorbeeld natuurgebieden waar je ook in kunt wonen. De mooie samenleving die we samen gaan 'bouwen', hoe ziet die eruit?

Biodiversiteit

- Biodiversiteit plat slaan, het woord zelf niet gebruiken. Bloemen en diertjes, dat snappen mensen. Kleine stapjes en concrete acties om meer biodiversiteit te bereiken.
- Wel uitleggen in de samenhang met natuur.
 - In systeemverhaal.

Communicatiestrategie

- Sterke mediapartners of influencers inzetten.
- Gamification inzetten, vogel- en bijentelling.
- Nadenken over leeftijd van mensen, brede doelgroep.
- Jongeren bereiken.
- In hoeverre zijn de respondenten van de onderzoeken een weerspiegeling van de gewone mens? Zijn achterstandswijken ook meegenomen?
- Afstand natuur verkleinen. De natuur is een bos en daar ga je naartoe. Bijen in mijn achtertuin zijn irritant. Schizofrenie. Connectie tussen je eigen leefomgeving en natuurlijk ecosysteem is kwijt, dat moeten we herstellen.
- Emoties: verwondering, angst voor verlies.

Kernpunten communicatieprofessionals

Waarom denk jij dat de natuur een nieuw verhaal nodig heeft?

- Het blijft abstract wat natuur is. Wat is de definitie van natuur?
 - Natuur betekent voor iedereen iets anders.
- Samenhang, belang en waarde zijn niet duidelijk. Context en uitleg geven. Geschiedenis vertellen hoe wij ons in Nederland verhouden hebben tot natuur.
- Natuur naar onze hand zetten, water, landbouw, melk. Dit is waarom we dat hebben gedaan, we waren ons niet bewust van de consequenties, nu moet het anders.
- Natuur staat ver van de mensen af. We moeten het naar de mensen toe halen, dichtbij en persoonlijk maken.
- “What’s in it for me?” moet duidelijk naar voren komen om mensen in actie te krijgen.

Relatie mens natuur

- Natuur is belangrijk voor ons:
 - De mens is bepalend voor wat er gebeurt met natuur en landbouw.
 - Dit is hoe het gros van de Nederlanders denkt, mensen vinden zichzelf belangrijk.
 - Zo sluit je aan bij de meeste mensen. Hiermee beginnen en dan de diepere lagen.
- Wij ZIJN natuur: persoonlijk, dichtbij, gelijkwaardig. Hier moeten we naartoe.
- Achterliggende waarden:
 - Respect
 - Bewust onderdeel zijn
 - Samen, gezamenlijkheid

Handelen en impact

- Eigen perspectief: zorgen voor natuur is belangrijk voor al het leven op aarde.
- Doelgroep zou kiezen voor: natuur is belangrijk voor het voortbestaan van de mens.
- Er is discussie over of mensen écht natuur centraal denken, het misschien wel voelen maar zeker niet doen. Daar is meer voor nodig.

Natuur herstellen, waarom doen we dat?

- Er is twijfel of de doelgroep wel begrijpt dat natuur hersteld moet worden en waarom.
 - Goede argumenten nodig, afhankelijk van het doel / gewenste handelingsperspectief.
- Belang van natuur en natuurherstel staat ver af van de mens en directe leefomgeving.
- Mensgericht en persoonlijk maken. Natuur geeft gezonde leefomgeving, schone lucht, drinkwater. Natuurherstel heeft dit effect in je directe omgeving.

Waarom is natuur belangrijk?

- ‘Natuur is de basis van alles wat leeft’ wordt breed gedragen.
- ‘Natuur geeft ons lucht, water, voedsel, plezier en gezondheid’ is lekker concreet.

Wat is de waarde van natuur?

- Intrinsieke waarde en menselijke waarde kunnen in elkaar overlopen.
- Bij afwezigheid van natuur, wat is dan de consequentie? Fear appeal.
- We mogen de nadruk leggen op de economische waarde van natuur.
- Samenhang welzijn, welvaart, gezondheid uitleggen. Als het goed gaat met de natuur gaat het goed met jezelf en de economie.

Hoe verander je gedrag / welke handelingsperspectieven?

- Natuurherstel vertalen naar cijfers en winst. Verbinden met cijfers.
- Handeling dichtbij halen, wat heeft nu direct resultaat? Super praktisch en concreet.
- Handelingsperspectief lokaal toepassen.
- Jongeren aanspreken, die zijn goed verenigd in klimaat.
- Eén positief verhaal delen, wenkend perspectief.

Biodiversiteit

- Biodiversiteit is tastbaarder dan natuur, je kunt dat beter meten en zichtbaar maken.
- Diversiteit is een toegankelijker woord dan biodiversiteit.

Rondvraag

- De keten moet ook wat doen, banken, supermarkten. Met wet- en regelgeving kun je echt iets veranderen. Niet alles met communicatie moet willen oplossen. Boeren zitten in wurgcontracten met Friesland Campina en zitten in de schulden. Er zit veel meer achter.
- Maak het zo plat als de doelgroep het ziet. Systeemverandering zit eronder.
- Afzender niet de overheid zelf. Koppelen met onverwachte partijen, breder gedragen en geloofwaardig.

BIJLAGE 4.

Pretestvragen bij het natuurverhaal van het Programma Natuur

Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV), provincies en terreinbeherende organisaties (zoals Natuurmonumenten en Staatsbosbeheer) willen vanuit het Programma Natuur samen werken aan het stimuleren van de bewustwording van het belang van natuur. Het gaat niet goed met veel natuur in Nederland. Steeds meer planten en dieren verdwijnen. De gevolgen van schade aan natuur raken niet alleen dieren en planten, maar ons allemaal. Denk aan droogte en hittestress, te weinig insecten die gewassen bestuiven en het verlies van vruchtbare bodems voor voedsel. Het Programma Natuur heeft tot doel de natuur in Nederland verder te versterken en verbeteren.

Daarvoor is behoefte aan een helder en uitnodigend verhaal, als basis voor een campagne. De beoogde doelgroep is de Nederlander die van natuur kan genieten. Dit kan op vele manieren: wandelend, fietsend, op pad met een camera of door middel van een picknick.

Hieronder vind je de bouwstenen voor dit verhaal. We horen graag jouw mening daarover. Wil je de vragen beantwoorden? Jouw antwoorden gebruiken we om het verhaal verder aan te passen en verfijnen.

Alvast bedankt voor je medewerking!

<p>Natuur is de basis van alles wat leeft. Ook van ons. We realiseren het ons niet dagelijks, maar door de natuur zijn we schatrijk: ze geeft frisse lucht, drinkbaar water, grondstoffen, voedsel, plezier en ontspanning.</p>	
<p>Natuur en mens zijn onderdeel van één ecosysteem: leven op aarde. Al dat leven is met elkaar verbonden. Biodiversiteit, natuur, klimaat en milieu werken samen en hebben invloed op elkaar. Positief en negatief.</p>	
<p>Wat is je reactie op deze tekst?</p> <p>Onbegrijpelijk Helder</p> <p>Ongeloofwaardig Geloofwaardig</p> <p>Is allemaal al bekend Dit is nieuwe informatie voor mij</p> <p>Dit spreekt mij aan:</p> <p>Ik erger me aan:</p> <p>Welk woord mag/moet er uit?</p>	
<p>Veerkrachtige, sterke natuur helpt ons met de maatschappelijke uitdagingen waar we samen voor staan. Ze beschermt ons tegen ziekten en plagen, houdt ons hoofd koel en onze voeten droog.</p>	
<p>We genieten van natuur. Veel mensen weten uit ervaring: we voelen ons vaak gelukkig en gezond met natuur om ons heen.</p>	

<p>Wat is je reactie op deze tekst?</p> <p>Onbegrijpelijk Helder</p> <p>Ongeloofwaardig Geloofwaardig</p> <p>Is allemaal al bekend Dit is nieuwe informatie voor mij</p> <p>Dit spreekt mij aan:</p> <p>Ik erger me aan:</p> <p>Welk woord mag/moet er uit?</p>	
<p>Intuïtief weten we wel dat natuur belangrijk voor ons is. Toch lukt het niet altijd om ernaar te handelen. Hoe komt dat?</p> <p>Jarenlang hebben we onszelf boven de natuur geplaatst. We bedwongen het water, we legden een nieuwe provincie aan en zagen kans om de landbouwproductie steeds verder op te voeren. We zijn opgegroeid met het idee dat we natuur oneindig kunnen gebruiken, veranderen en ontwikkelen. En nu merken we dat dit niet zo is.</p> <p>We hebben de grens van wat we kunnen nemen van natuur bereikt. Het natuursysteem is ontwricht. We zien verlies van dier- en plantsoorten, meer plagen en ziekten, meer droogte, hitte en overstromingen. Onze kinderen gaan dit nog veel meer merken als we nu niks doen.</p>	
<p>Wat is je reactie op deze tekst?</p> <p>Onbegrijpelijk Helder</p> <p>Ongeloofwaardig Geloofwaardig</p> <p>Is allemaal al bekend Dit is nieuwe informatie voor mij</p> <p>Dit spreekt mij aan:</p> <p>Ik erger me aan:</p> <p>Welk woord mag/moet er uit?</p>	

<p>Gelukkig kunnen wij het nu veranderen. Het ligt in onze handen, dichtbij en binnen bereik. Want natuur is overal.</p> <p>We kunnen de natuur en dus onszelf helpen. In plaats van een aarde met weinig soorten juist een florerende aarde doorgeven aan onze kinderen. Door méér te willen.</p> <p>Meer leven. Meer planten, dieren, bloemen en bomen. Meer diversiteit, afwisseling, kleur, rijkdom. Meer ruimte voor natuur. Meer groen om je heen. Meer soorten in je tuin of op je balkon, in de stad en op je werk.</p>	
<p>Wat is je reactie op deze tekst?</p> <p>Onbegrijpelijk Helder</p> <p>Neutraal Aanmoedigend</p> <p>Is allemaal al bekend Dit is nieuwe informatie voor mij</p> <p>Dit spreekt mij aan:</p> <p>Ik erger me aan:</p> <p>Welk woord mag/moet er uit?</p>	
<p>Natuur heeft waarde. Economisch: lucht- en waterzuivering, bodemvruchtbaarheid, bestuiving van bloesem, etc.. En op een manier die niet in geld uit te drukken is: ze zorgt voor ons voortbestaan, voor creativiteit, ontspanning en plezier.</p> <p>Natuurherstel levert ons dus geld én geluk én toekomst op.</p> <p>Daarom werken we met het Programma Natuur aan natuurherstel in Nederland en een natuurrijke samenleving. Overheden, een deel van het bedrijfsleven en groene organisaties nemen het voortouw. Zo kunnen we samen het verschil maken.</p>	
<p>Wat is je reactie op deze tekst?</p> <p>Onbegrijpelijk Helder</p> <p>Ongeloofwaardig Inspirerend</p> <p>Is allemaal al bekend Dit is nieuwe informatie voor mij</p> <p>Dit spreekt mij aan:</p> <p>Ik erger me aan:</p> <p>Welk woord mag/moet er uit?</p>	

Wat is je reactie op de hele tekst?			
Zwak verhaal		Overtuigend	
Deprimerend		Aanmoedigend	
Goed verhaal want			
Slecht verhaal want			
Wat doe je al en wat overweeg je te gaan doen?			
	Doe ik al	Overweeg ik	Niet van toepassing
(1) Meer groen in je tuin. Meer bloemen, meer bijen, en daarmee ook meer vogels. En dus: meer soorten.	0	0	0
(2) Meer bloemen in je wijk. Help je gemeente met het omvormen van bermen en plantsoenen naar bloemenweides.	0	0	0
(3) Bescherm en geniet van de natuurgebieden. Volg een lokale boswachter op sociale media.	0	0	0
(4) Meer ruimte voor natuur op je werk, neem een groene fietsroute naar je werk.	0	0	0
(5) Vogels voeren in de winter en een insectenhotel ophangen.	0	0	0
(6) Kies voor een haag in plaats van een schutting.	0	0	0
(7) Neem je kinderen mee naar het bos.	0	0	0
(8) Praat in je omgeving over meer diversiteit in al het groen om ons heen.	0	0	0
(9) Word lid van een (lokale) natuurorganisatie.	0	0	0
(10) Houd je aan de regels in de natuurgebieden (hond aanlijnen, geen zwerfafval, op de paden blijven).	0	0	0
Welke suggestie moet hoe dan ook UIT deze lijst?			
Nummer : ...			
Welke suggestie ontbreekt?			

BIJLAGE 5.

Pretest resultaten – groep natuurgenieters

Tekstblok 1 Natuur is de basis van alles dat leeft.

“Natuur is de basis van alles wat leeft. Ook van ons. We realiseren het ons niet dagelijks maar door de natuur zijn we schatrijk: ze geeft frisse lucht, drinkbaar water, grondstoffen, voedsel, plezier en ontspanning.

Natuur en mens zijn onderdeel van één ecosysteem: leven op aarde.

Al dat leven is met elkaar verbonden. Biodiversiteit, natuur, klimaat en milieu werken samen en hebben invloed op elkaar. Positief en negatief.”

Iets van een toelichting geven op ranking hieronder, dus 1 = helemaal niet, 5 = helemaal wel (of juist andersom?). De tabellen sowieso omzetten in een fijne vorm.

Helder?

1	2	3	4	5
		1	12	19

Geloofwaardig?

1	2	3	4	5
	1		13	17

Nieuwe informatie?

1	2	3	4	5
25	8		1	

De respondenten geven aan dat de verwijzing naar de verbondenheid van mens en natuur wordt gewaardeerd. Het woord rentmeesterschap wordt hierin gemist.

De factor gezondheid ontbreekt nu in de tekst. ‘Positief en negatief’ wordt niet toegelicht en mag er dan ook wel uit, wordt aangegeven.

Ecosysteem en biodiversiteit zijn te ingewikkelde woorden. Het woord ‘schatrijk’ mag er uit.

Tekstblok 2 Veerkrachtige sterke natuur

“Veerkrachtige, sterke natuur helpt ons met de maatschappelijke uitdagingen waar we samen voor staan. Ze beschermt ons tegen ziekten en plagen, houdt ons hoofd koel en onze voeten droog. We genieten van natuur. Veel mensen weten uit ervaring: we voelen ons vaak gelukkig en gezond met natuur om ons heen.”

Helder?

1	2	3	4	5
1	1	3	8	19

Geloofwaardig?

1	2	3	4	5
1	1	8	8	14

Nieuwe informatie?

1	2	3	4	5
22	7	3		

In het kwantitatieve deel valt op dat dit tekstblok ten opzichte van de andere blokken het minst helder en geloofwaardig is. Dat is ook bij de deelnemers van de meedenksessies te zien (voor zo ver we daar iets uit mogen concluderen omdat het aantal deelnemers beperkt is).

De positieve toon valt goed. Veerkrachtig is een mooi woord.

Er wordt geregeld opgemerkt: wie is “we”? Dat is niet altijd helder. Een respondent zegt dat het ongeloofwaardig is als de overheid deze boodschap brengt, dat is te veel in tegenspraak met het gevoerde beleid.

Natuur heeft niet voor alle maatschappelijke opgaven de oplossing. Het begrip ‘maatschappelijke uitdagingen’ is sowieso een vaag begrip. Dat mag er wel uit. Nu wordt de natuur als lief en aardig geschetst, maar ze kan ook bedreigend zijn.

Tekstblok 3 Intuïtief weten we wel dat natuur belangrijk voor ons is.

“Intuïtief weten we wel dat natuur belangrijk voor ons is. Toch lukt het niet altijd om ernaar te handelen. Hoe komt dat?

Jarenlang hebben we onszelf boven de natuur geplaatst. We bedwongen het water, we legden een nieuwe provincie aan en zagen kans om de landbouwproductie steeds verder op te voeren. We zijn opgegroeid met het idee dat we natuur oneindig kunnen gebruiken, veranderen en ontwikkelen. En nu merken we dat dit niet zo is.

We hebben de grens van wat we kunnen nemen van natuur bereikt. Het natuursysteem is ontwricht. We zien verlies van dier- en plantsoorten, meer plagen en ziekten, meer droogte, hitte en overstromingen. Onze kinderen gaan dit nog veel meer merken als we nu niks doen.”

Helder?

1	2	3	4	5
		2	4	25

Geloofwaardig?

1	2	3	4	5
	2	1	7	20

Nieuwe informatie?

1	2	3	4	5
22	5	3		

Soms spreken reacties elkaar tegen. Aan de ene kant wordt gezegd dat er te veel nadruk ligt op het wekken van schuldgevoel. Aan de andere kant wordt gevraagd om het scherper neerzetten van de urgentie. “De lezer mag zich wel een beetje ongemakkelijk voelen.”

Ook het gebruik van kinderen als groep die met de problemen komt te zitten roept gemengde reacties op. Enerzijds positief, en anderzijds wordt gezegd dat het overal al wordt gebruikt.

Het aanhalen van ‘bedwongen het water en legden een nieuwe provincie aan’ wekt de indruk dat dit de oorzaak van het probleem is. Dat is niet zo.

De woorden intuïtief en natuursysteem zijn te ingewikkeld om te gebruiken. Wat wordt gemist is: ‘trots bij het conserveren van de pracht en nuttigheid die onze Nederlandse natuur’.

Tekstblok 4 Gelukkig kunnen we het nu veranderen

"Gelukkig kunnen wij het nu veranderen. Het ligt in onze handen, dichtbij en binnen bereik. Want natuur is overal.

We kunnen de natuur en dus onszelf helpen. In plaats van een aarde met weinig soorten juist een florerende aarde doorgeven aan onze kinderen. Door méér te willen.

Meer leven. Meer planten, dieren, bloemen en bomen. Meer diversiteit, afwisseling, kleur, rijkdom. Meer ruimte voor natuur. Meer groen om je heen. Meer soorten in je tuin of op je balkon, in de stad en op je werk."

Helder?

1	2	3	4	5
1		2	4	24

Geloofwaardig?

1	2	3	4	5
2	1	2	9	16

Nieuwe informatie?

1	2	3	4	5
23	5	1		

De stap naar oplossingen wordt gewaardeerd. Er wordt opgemerkt "fijn dat we er zelf wat aan kunnen doen". Maar ook tegelijkertijd: "het is niet zo dat de burger het allemaal weer moet doen. Laat zien dat de overheid hier ook aan werkt. 'We' trekken samen op."

Ook hier weer een tegenstelling in de waardering: 'hoopgevend' en "naïef".

Wat ontbreekt is: "de keuze voor meer natuur zal gepaard gaan met moeilijke beslissingen. Ruimte is schaars, het vraagt om scherpe keuzes!"

De nadruk op méér roept vraagtekens op: door steeds maar meer te willen hebben we de problemen veroorzaakt.

Aanbeveling van een respondent: gebruik in plaats van natuur ook 'leven'. We willen meer leven!

Tekstblok 5 Natuur heeft waarde

"Natuur heeft waarde. Economisch: lucht- en waterzuivering, bodemvruchtbaarheid, bestuiving van bloesem, etc. En op een manier die niet in geld uit te drukken is: ze zorgt voor ons voortbestaan, voor creativiteit, ontspanning en plezier.

Natuurherstel levert ons dus geld én geluk én een toekomst op.

Daarom werken we met het Programma Natuur aan natuurherstel in Nederland en een natuurrijke samenleving. Overheden, een deel van het bedrijfsleven en groene organisaties nemen het voortouw. Zo kunnen we samen het verschil maken."

Helder?

1	2	3	4	5
	2	2	5	22

Geloofwaardig?

1	2	3	4	5
	3	3	10	14

Nieuwe informatie?

1	2	3	4	5
14	5	8	2	2

Bij de doelgroep 'natuurgenieters' en de deelnemers van de respondenten is te zien dat dit tekstblok relatief de meeste nieuwe informatie bevat.

Het wijzen op economische voordelen roept positieve en negatieve reacties op. Sommigen vinden het sterk om daar op te wijzen en anderen zeggen dat economisch gewin niet het doel mag zijn. Dat moet niet benadrukt worden.

Omdat er op meer plekken naar functies van natuur wordt verwezen, wordt dit als een herhaling ervaren.

In de tekst gaat het over 'de natuur'. Het lidwoord mag er uit, zeggen sommige respondenten. Het zet de natuur op afstand, buiten de mens. Een enkeling ergert zich juist aan natuur zonder lidwoord er voor.

Noem bij de opsomming ook particulieren of burgers. Die groep proberen we immers te stimuleren, en mag dus niet ontbreken.

Reactie op complete tekst

Sterk verhaal?

1	2	3	4	5
	3	7	14	6

Aanmoedigend?

1	2	3	4	5
	2	7	15	6

In de beoordeling valt op dat de complete tekst slechter wordt gewaardeerd dan het totaal van de afzonderlijke blokken. Blijkbaar hadden de deelnemers meer verwacht?

In de opmerkingen is te lezen dat men de tekst nu vaak nog te algemeen vindt. Het mag meer urgentie mee krijgen. En meer concreet en praktisch.

Er wordt gewezen op de noodzaak om hier een 'Jip en Janneke'-versie van te maken.

Veel respondenten gaan ook al meedenken of we hiermee de doelgroep bereiken. Daar worden verschillende inschattingen bij gemaakt: de een zegt van wel ("werkt denk ik goed voor de gemiddelde burger, eenvoudig en positief gebracht") en de andere zegt dat dit niet geschikt is ("Ik denk dat je hiermee een deel van de mensen bereikt maar wellicht niet de doelgroep die je voor ogen hebt").

Er wordt nogmaals een kritische noot gekraakt bij het woord 'we', ofwel wie is de afzender. "Algemeen: respondent kan de tekst niet lezen/beoordelen/invullen zonder deze los te zien van een algehele ergernis en aversie tegen de (rijks)overheid. Jarenlang heeft men de natuur verkwanseld en genegeerd. En nu ineens 'is de natuur van levensbelang en van waarde'. Men had daar veel eerder mee moeten beginnen. En niet nu met zo'n algemeen positief 'wervend' verhaal komen van 'we moeten er samen mee aan de slag'. Is ongeloofwaardig en ergerniswekkend!"

De korte kritische noten zijn: te kinderachtig, te betuttelend, warrig, niet overtuigend.

Gedrag

	Doe ik al	In overweging	Niet van toepassing
1. Meer groen in je tuin. Meer bloemen, meer bijen, en daarmee ook meer vogels. En dus: meer soorten.	31	1	1

2. Meer bloemen in je wijk. Help je gemeente met het omvormen van bermen en plantsoenen naar bloemenweides.	5	12	16
3. Bescherm en geniet van de natuurgebieden. Volg een lokale boswachter op sociale media.	18	6	9
4. Meer ruimte voor natuur op je werkplek, neem een groene fietsroute naar je werk.	12	4	16
5. Vogels voeren in de winter en een insectenhotel ophangen.	21	6	5
6. Kies voor een haag in plaats van een schutting.	24	2	7
7. Neem je kinderen mee naar het bos.	20		12
8. Praat in je omgeving over meer diversiteit in al het groen om ons heen.	25	7	4
9. Word lid van een (lokale) natuurorganisatie.	14	7	11
10. Hou je aan de regels in de natuurgebieden (hond aanlijnen, geen zwerfafval, op de paden blijven).	28	1	3

Aan de beantwoording van de vragen is te zien dat we uiteindelijk een betrekkelijk groene groep hebben getroffen in de pretest. Het overgrote deel heeft al een groene tuin, houdt zich aan de regels in natuurgebieden en praat al met kennissen over het groen om ons heen.

Er is maar 1 persoon die overweegt de tuin (verder) te vergroenen. Het is de vraag of elke tuin ontzettend natuurrijk is ingericht. Dit antwoord kan ook illustreren dat deze stap te lastig is en bij voorkeur buiten beschouwing wordt gelaten. (Ook bij Operatie Steenbreek blijkt dat het niet makkelijk is mensen op dit onderdeel in beweging te krijgen.) Komt dit te veel 'achter de voordeur'?

Opvallend is dat maar liefst 12 personen aangeven te overwegen de gemeente te helpen of te stimuleren te kiezen voor meer ecologisch beheer van bermen en plantsoenen. Dat is een omvorming die blijkbaar door velen wordt gewaardeerd. Het is de vraag of iedereen ook weet hoe je daar aan kan werken.

Er zijn vier mensen die overwegen om op de werkplek aan te kaarten meer ruimte voor natuur te maken. 16 respondenten zijn van mening dat dit niet van toepassing is. De vraag dient zich aan of dit echt het geval is of dat men er geen voorstelling bij kan maken?

Welke suggesties ontbreken? Raap zwerfafval in natuurgebieden. Koop lokaal en duurzaam geproduceerd voedsel. Doe mee aan Operatie Steenbreek: tegel eruit, egel erin. Voorlichting in het onderwijs en met scholen de natuur in.

BIJLAGE 6.

Pretest resultaten - groep: deelnemers meedenksessies

Tekstblok 1 Natuur is de basis van alles dat leeft.

"Natuur is de basis van alles wat leeft. Ook van ons. We realiseren het ons niet dagelijks maar door de natuur zijn we schatrijk: ze geeft frisse lucht, drinkbaar water, grondstoffen, voedsel, plezier en ontspanning.

Natuur en mens zijn onderdeel van één ecosysteem: leven op aarde.

Al dat leven is met elkaar verbonden. Biodiversiteit, natuur, klimaat en milieu werken samen en hebben invloed op elkaar. Positief en negatief."

Helder?

1	2	3	4	5
	1	1	4	1

Geloofwaardig?

1	2	3	4	5
		2	4	3

Nieuwe informatie?

1	2	3	4	5
6	1	1		

Wat aanspreekt in de tekst is: al het leven is verbonden, we zijn onderdeel van de natuur.

Plus: "Het woord 'schatrijk' vind ik krachtig werken. We delen in rijkdom van de aarde. Onze rijkdom is te danken aan al het leven om ons heen. Dat vind ik een mooie boodschap. Dat de natuur ons dit 'geeft' wekt de indruk van een gevende entiteit die ons dit zomaar brengt en waar we dus goed voor mogen/moeten zorgen."

Er wordt gefronst bij gebruik van het woord "we". Wie zijn 'we'?

Het woord ecosysteem mag er uit.

Tekstblok 2 Veerkrachtige sterke natuur

"Veerkrachtige, sterke natuur helpt ons met de maatschappelijke uitdagingen waar we samen voor staan. Ze beschermt ons tegen ziekten en plagen, houdt ons hoofd koel en onze voeten droog.

We genieten van natuur. Veel mensen weten uit ervaring: we voelen ons vaak gelukkig en gezond met natuur om ons heen."

Helder?

1	2	3	4	5
1	1	2	2	2

Geloofwaardig?

1	2	3	4	5
	3	1	2	2

Nieuwe informatie?

1	2	3	4	5
3	2	2	1	

De zinsneden 'veel mensen weten uit ervaring' spreekt bij sommigen aan en bij anderen juist niet.

Zijn 'gelukkig en gezond' de beste termen? Of voelen we ons vrij, verbonden en ontspannen in de natuur?

Het rijtje ecosysteemdiensten mag nog wel wat langer: natuur levert ons ook een aantrekkelijke omgeving en schone lucht. En wat ook ontbreekt is een woord dat bij veel mensen aanspreekt: rust.

Nog een aanbeveling: maak ervan 'met de natuur als partner houd jij je hoofd koel en je voeten droog'.

Tekstblok 3 Intuïtief weten we wel dat natuur belangrijk voor ons is.

"Intuïtief weten we wel dat natuur belangrijk voor ons is. Toch lukt het niet altijd om ernaar te handelen. Hoe komt dat?"

Jarenlang hebben we onszelf boven de natuur geplaatst. We bedwongen het water, we legden een nieuwe provincie aan en zagen kans om de landbouwproductie steeds verder op te voeren. We zijn opgegroeid met het idee dat we natuur oneindig kunnen gebruiken, veranderen en ontwikkelen. En nu merken we dat dit niet zo is.

We hebben de grens van wat we kunnen nemen van natuur bereikt. Het natuursysteem is ontwricht. We zien verlies van dier- en plantsoorten, meer plagen en ziekten, meer droogte, hitte en overstromingen. Onze kinderen gaan dit nog veel meer merken als we nu niks doen."

Helder?

1	2	3	4	5
1		2	2	3

Geloofwaardig?

1	2	3	4	5
		3	4	1

Nieuwe informatie?

1	2	3	4	5
6		2		

Positief: de boodschap raakt, er zit een duidelijke probleemstelling en urgentie in.

Misschien nog iets bijschaven? Alternatieve zinsneden: "We hebben onszelf boven de natuur geplaatst. We overschrijden de grens van wat natuur aan kan. We hebben buiten de natuur gerekend."

Het woord 'intuïtief' mag er wel uit. Het woord 'ontwricht' is wat overdreven.

n verder een terechtwijzing: er wordt geen antwoord gegeven op de vraag.

Een zelfkritische tbo'er is van mening dat de tekst ook deels van toepassing is op de natuurbeheerders: "opgegroeid met het idee dat we de natuur oneindig kunnen veranderen en ontwikkelen".

Tekstblok 4 Gelukkig kunnen we het nu veranderen

"Gelukkig kunnen wij het nu veranderen. Het ligt in onze handen, dichtbij en binnen bereik. Want natuur is overal.

We kunnen de natuur en dus onszelf helpen. In plaats van een aarde met weinig soorten juist een florerende aarde doorgeven aan onze kinderen. Door méér te willen.

Meer leven. Meer planten, dieren, bloemen en bomen. Meer diversiteit, afwisseling, kleur, rijkdom. Meer ruimte voor natuur. Meer groen om je heen. Meer soorten in je tuin of op je balkon, in de stad en op je werk."

Helder?

1	2	3	4	5
		1	4	2

Geloofwaardig?

1	2	3	4	5
		2	4	1

Nieuwe informatie?

1	2	3	4	5
4	2	1		

De positieve boodschap dat we het nog in handen hebben en allemaal een steentje kunnen bijdragen, spreekt aan.

Maak de tekst praktisch en zorg dat deze dichtbij komt: "jouw kinderen, op jouw werk, in jouw buurt, op jouw balkon".

Het woord 'nu' mag er uit.

Tekstblok 5 Natuur heeft waarde

"Natuur heeft waarde. Economisch: lucht- en waterzuivering, bodemvruchtbaarheid, bestuiving van bloesem, etc. En op een manier die niet in geld uit te drukken is: ze zorgt voor ons voortbestaan, voor creativiteit, ontspanning en plezier.

Natuurherstel levert ons dus geld én geluk én een toekomst op.

Daarom werken we met het Programma Natuur aan natuurherstel in Nederland en een natuurrijke samenleving. Overheden, een deel van het bedrijfsleven en groene organisaties nemen het voortouw. Zo kunnen we samen het verschil maken."

Helder?

1	2	3	4	5
	2	2	1	1

Geloofwaardig?

1	2	3	4	5
	1	3	2	

Nieuwe informatie?

1	2	3	4	5
2	1	3		

Bij deze tekst worden de meeste kritische opmerkingen geplaatst. Dat is ook in de scores terug te lezen. Het inbrengen van het economisch frame roept weerstand op. "Alsof natuur geld op moet leveren." Nee, het gaat om onze toekomst, die is niet in geld uit te drukken. Dus noem de waarden zonder economie of geld op te voeren.

Het woord 'we' lijkt hier een andere invulling te krijgen: vanuit de blik van de overheid. Zo sluit je mensen uit. Terwijl de call to action is: doe allemaal mee!

Reactie op complete tekst

Sterk verhaal?

1	2	3	4	5
		3	4	1

Aanmoedigend?

1	2	3	4	5
	1	3	2	1

De positieve insteek wordt gewaardeerd. Het is begrijpelijk en geeft een opmaat naar handelingsperspectief. Dat laatste moet nog wel worden uitgewerkt.

Nog een advies van een respondent: Maak het af en toe 'dichtbij' want dat raakt. De natte voeten je kind die je een toekomst wilt geven, de bloemen op je balkon. Spreek in je taal minder over 'natuur' versus 'mens' en meer over 'al het leven om ons heen' of over een 'boom', een 'rivier'. Het gaat niet zozeer om 'functies' maar meer om 'relaties'. Het gaat minder over 'waarde' en meer over 'wederkerigheid'. Niet over 'wij gebruiken natuur' maar 'wij zijn natuur'. Vanuit die visie zie je geen conceptueel begrip 'natuur' maar levende entiteiten waar we ons als mens op een relationele manier toe verhouden.

Gedrag

	Doe ik al	In overweging	Niet van toepassing
1. Meer groen in je tuin. Meer bloemen, meer bijen, en daarmee ook meer vogels. En dus: meer soorten.	8		1
2. Meer bloemen in je wijk. Help je gemeente met het omvormen van bermen en plantsoenen naar bloemenweides.	2	3	4
3. Bescherm en geniet van de natuurgebieden. Volg een lokale boswachter op sociale media.	7	2	
4. Meer ruimte voor natuur op je werkplek, neem een groene fietsroute naar je werk.	6		2
5. Vogels voeren in de winter en een insectenhotel ophangen.	9		
6. Kies voor een haag in plaats van een schutting	6	1	2
7. Neem je kinderen mee naar het bos.	1	1	7
8. Praat in je omgeving over meer diversiteit in al het groen om ons heen.	9		

9. Word lid van een (lokale) natuurorganisatie.	6	2	1
10. Hou je aan de regels in de natuurgebieden (hond aanlijnen, geen zwerfafval, op de paden blijven).	9		

Wat mag er uit? Door drie respondenten worden 3 verschillende items genoemd: natuur op je werkplek, bescherm en geniet van natuurgebieden, word lid van een groene organisatie.

Wat ontbreekt?

- Stem op een partij die natuur(bescherming) hoog in het vaandel heeft
- Maak keuzes in de supermarkt die de natuur helpen
- Geniet van voedsel uit natuurinclusieve winkels (denk aan lokale jager, imker of agroforestry producten)
- bij vraag 1 ook balkon toevoegen
- bij vraag 7 mee de natuur in (en/of mee op excursies)
- word vrijwilliger (of doe je al vrijwilligerswerk)
- benut een buitenwerkplek
- voedsel & stadslandbouw! Eet lokaal en biologisch. Fiets naar boer/ zelfoogsttuin/ voedselbos. Kweek samen groenten in een buurtmoestuin.
- vang water op met een regenton..
- misschien garbage running? Ruim je je omgeving op?

BIJLAGE 7.

Discoursanalyse

Welke taal en argumenten gebruiken overheden en terreinbeherende organisaties als het gaat over natuur en stikstof?

Argumentatie-analyse: communicatie over natuur- en stikstofproblematiek in Nederland, op websites en in persberichten van Ministerie van LNV en provincies

Communicatie over natuur en stikstof

Hoe het beleid voor natuur en stikstof wordt ontvangen is mede afhankelijk van de wijze waarop het beleid wordt gepresenteerd. Welke argumentatie wordt gebruikt voor het beleid en het Programma Natuur?

Hiervoor hebben we websiteteksten en persberichten van overheden en terreinbeheerders doorgenomen en geanalyseerd. We hebben niet alle websites uitputtend uitgeplozen. Voor deze quickscan hebben we een steekproefmethode toegepast. Onder meer door in Google de zoektermen natuur en stikstof in te voeren. Daarom komen niet alle provincies terug in deze analyse. Vanuit wetenschappelijk oogpunt is het interessant om deze methode nog een keer in te zetten op een meer grondige en uitputtende wijze, waarin bijvoorbeeld ook mondelinge bijdragen voor de pers worden meegenomen.

De verschillende frames

We kunnen uit deze argumentatie-analyse concluderen dat er vanuit drie frames wordt gecommuniceerd over het belang van de te nemen maatregelen om natuur- en biodiversiteit te herstellen en om de uitstoot van stikstof te reduceren. We zetten de verschillende frames hierbij op een rij;

Frame 1: De natuurwetgeving dwingt ons om maatregelen te treffen, als we dat niet doen kunnen we geen vergunningen verstrekken

Een veel gebruikt statement om de maatregelen op het gebied van biodiversiteit en stikstof te onderbouwen is het ‘mens-centraal-statement’. Dat houdt in: we moeten met de maatregelen aan de slag in het belang van de mens. Hierbij wordt vooral gerefereerd aan: de natuur is van belang voor onze voedselvoorziening en voor onze economie. Het is nodig om vergunningen te kunnen verstrekken voor woningbouwprojecten, etc.. Ook worden indirecte argumenten genoemd dat een goede natuur prettig is voor ons als mens, voor onze gezondheid en leefomgeving.

We ontdekken hiervan vooral voorbeelden bij overheden en in mindere mate bij terreinbeheerders.

Ministerie van LNV:

“We staan voor de opgave om het maatschappelijk leven en de economie weer op gang te brengen.”

“Een sterke natuur zorgt voor minder knelpunten bij het verlenen van nieuwe vergunningen.”

“Door reductiemaatregelen voor stikstof in een gebiedsgerichte aanpak slim te combineren met andere reductiemaatregelen om klimaat, bodem en waterkwaliteit te verbeteren, herstelt de natuur, komt vergunningverlening voor ondernemers en bouwprojecten weer op gang en kunnen PAS-melders een vergunning krijgen”

“Dit biedt perspectief om de vergunningverlening verder op gang te brengen”

Provincie Gelderland:

“Kortom, de natuur is de basis van ons bestaan én onze economie.”

“Als het niet goed gaat met onze biodiversiteit, dan heeft dat gevolgen voor ons welzijn en onze welvaart. Kunnen we straks nog voldoende gezond voedsel produceren? Is er nog natuur om de gevolgen van klimaatverandering te verzachten?”

Provincie Zeeland :

“Te veel stikstof moet aangepakt worden ter bescherming van de natuur, de mens en de economie. Het is belangrijk dat de hoeveelheid stikstof in de natuur daalt, dan verbetert de natuur en als de natuur verbetert schept dat mogelijkheden voor de bouw en bedrijvigheid.”

Provincie Utrecht:

“Als we op deze manier doorgaan bereiken we de gunstige staat van instandhouding niet en is de beschikbaarheid van economische en maatschappelijke ontwikkelruimte in Utrecht (zeer) beperkt.”

Provincie Noord-Holland:

“Europese lidstaten zijn verplicht de specifieke plant- en diersoorten en hun natuurlijke leefomgeving te beschermen en de bodem-, lucht- en waterkwaliteit op orde te brengen.”

Provincie Brabant:

“Alleen als we de natuur herstellen, wordt het makkelijker voor economische ontwikkelingen.”

Provincie Limburg:

“De essentie van dit plan is om de stikstofproblematiek aan te pakken met het versnellen van natuurherstel in 21 stikstofgevoelige Natura2000-gebieden, een wijze om stikstofemissie bij de bron aan te pakken én tegelijkertijd ruimte te bieden voor nieuwe bedrijvigheid.”

“Nederland heeft te lang economische ontwikkelingen mogelijk gemaakt, zonder op voorhand de negatieve effecten daarvan op Natura 2000-gebieden te voorkomen. Deze uitspraak heeft ertoe geleid dat er nagenoeg geen vergunningen meer afgegeven konden worden waarmee economische en maatschappelijke projecten gerealiseerd konden worden. Dat alles vraagt om te komen tot een structurele aanpak, op nationaal en provinciaal niveau, waaraan alle sectoren bijdragen en waarbij helder is dat economische ontwikkeling hand in hand moet gaan met natuurontwikkeling.”

LandschappenNL:

“Natuur draagt bij aan een schone lucht, leefbaar klimaat en fijne leefomgeving om in te wonen, werken en recreëren.”

“Een daling van de uitstoot van stikstof heeft een positief effect op de kwaliteit van drinkwater, lucht en volksgezondheid. Het is beter en kosteneffectiever om nu een reductie van de uitstoot van stikstof door diverse economische sectoren te realiseren, dan in de toekomst.”

Natuurmonumenten:

“Natuur draagt bij aan een schone lucht, leefbaar klimaat en fijne leefomgeving om in te wonen, werken en recreëren.”

Frame 2: Het gaat slecht met de natuur, we moeten de achteruitgang stoppen en de natuur en biodiversiteit sterker maken.

Naast het ‘mens-centraal-standpunt’ onderscheiden we het ‘natuur-centraal-standpunt’. Dat houdt in: we moeten met de maatregelen aan de slag in het belang van de natuur. Motivatie voor het stikstofbeleid is de achteruitgang van natuur en biodiversiteit in onze natuurgebieden

Dit frame komen we vooral bij terreinbeheerders tegen. Bij overheden is dat spaarzaam, van de bestudeerde stukken zien we alleen bij de provincie Utrecht hier een opmerking over.

Hierbij enkele statements op een rij:

Staatsbosbeheer:

“Veel van de Natura 2000-gebieden lijden zwaar onder de grote stikstofneerslag, net als grote delen van het Nationaal Natuurnetwerk rondom deze gebieden. Wij beheren 128 van de 166 Natura 2000-gebieden in Nederland. We werken er dan ook hard aan om de effecten van

deze stikstofoverlast te verminderen en de natuur te helpen herstellen.

Het Ministerie van LNV stelt geld beschikbaar om op korte termijn maatregelen te nemen om de achteruitgang van de natuur zoveel mogelijk te beperken en te werken aan natuurherstel. Tegelijkertijd wordt gewerkt aan plannen om de stikstofuitstoot daadwerkelijk te verminderen, de zogenaamde bronmaatregelen. Deze combinatie van bronmaatregelen, herstel van natuurlijke (water-)systemen én natuurherstelmaatregelen in de natuurgebieden kan zorgen voor een duurzaam herstel van de natuur.”

Natuurmonumenten:

“In Nederland liep de biodiversiteit in de vorige eeuw veel sneller en sterker terug dan in de rest van Europa. Plant- en diersoorten namen af in aantallen soorten en individuen. Steeds meer plant- en diersoorten belanden op de zogenaamde ‘Rode Lijst van bedreigde soorten’. Veel van deze soorten gaan nog steeds onverminderd achteruit. Daar zitten veel voor ons land karakteristieke soorten bij, waardoor we een grote verantwoordelijkheid hebben voor hun behoud. Sommige soorten komen vrijwel alleen in ons land voor, zoals de Noordse woelmuis of de grote vuurvlieder. Voor sommige soorten is de Nederland delta als bijzondere ‘schakel’ van groot belang, zoals voor trekvogels als de grutto. Daarom heeft Nederland een belangrijke taak, ook in Europa, om zich in te zetten voor behoud van de biodiversiteit.”

Provincie Utrecht:

“De natuur in de provincie Utrecht staat onder druk. Door een sterke toename van stikstof emissie (uitstoot) en depositie (neerslag) zien we in de Natura 2000-gebieden een sterke afname van belangrijke doelsoorten.”

Frame 3: We streven naar een goede balans tussen welvaart en natuurkwaliteit, tussen ecologie en economie

Een veel gebruikt frame om de maatregelen op het gebied van biodiversiteit en stikstof te onderbouwen is de verwijzing naar ‘welvaart en natuur in balans’. Dat houdt in: we moeten met de maatregelen aan de slag omdat het de natuur én de economie ten goede komt. In de kern komt het erop neer dat we voor een grote opgave staan op het gebied van natuur en stikstof, maar dat, als we hier aan werken, vergunningverlening dan weer verder op gang gebracht kan worden, het toerisme meer kan gaan floreren, ondernemers weer perspectief krijgen en de economie ook weer op gang gebracht kan worden.

Dit frame wordt in veel teksten aangehaald.

Ministerie van Landbouw:

“Een vitaal landelijk gebied met een gezonde natuur. Met perspectief voor ondernemers en economie.”

Provincie Gelderland:

“Om zo onze natuur sterker te maken en wonen en werken vlot te trekken.”

“Ook wij hebben samen met tientallen maatschappelijke organisaties, bedrijfsleven en overheden in Gelderland, de uitdaging opgepakt om te komen tot een goede bijdrage aan een hernieuwde balans tussen welvaart en draagkracht van de natuur, waarbij een duurzaam toekomstperspectief voor de betrokken sectoren (landbouw, industrie, bouw en mobiliteit) voorop staat.”

Provincie Overijssel:

“Een teveel aan stikstof is echter slecht voor de natuur en de lucht- en waterkwaliteit. En daarmee uiteindelijk ook voor onze voedselvoorziening, economie, gezondheid en leefomgeving.”

“Met de 5 schakels van de stikstofaanpak zorgen we in Overijssel voor:

- een aanzienlijk lagere stikstofneerslag en extra natuurherstel waardoor een robuustere natuur ontstaat, die minder kwetsbaar is en een grotere rijkdom aan verschillende soorten planten en dieren heeft;
- een duidelijk perspectief voor alle sectoren;
- vergunningen die voor de rechter overeind blijven.”

Provincie Flevoland:

“Een nieuwe balans tussen ecologie en economie vinden, dat is het hoofddoel van de stikstofaanpak.”

“We geven voorkeur aan maatregelen en activiteiten die ook bijdragen aan andere doelen van de provincie Flevoland op het gebied van ecologie (biodiversiteit, kringlooplandbouw, bossenstrategie, energietransitie) en economie (werkgelegenheid, woningbouw). Hoe meer doelen een maatregel dient, des te effectiever en efficiënter de investering.”

Natuurmonumenten:

“Ecologie en economie moeten beter op elkaar aansluiten”

Conclusie

Het valt op dat er in de verdediging van het beleid door de overheden heel beperkt wordt gewezen op de afnemende natuurkwaliteit in Nederland. Iets dieper verstoep op de website aanpakstikstof.nl en op de website van de provincie is hier een verwijzing naar te vinden.

Veel vaker wordt gewezen op de noodzakelijke balans tussen economie en ecologie. Vanuit communicatief oogpunt is dat verhullend taalgebruik. Vermoedelijk delen de agrarische sector en de natuurorganisaties de mening dat die balans is doorgeslagen. Maar dan wel in twee verschillende richtingen.

Ook wordt vaak verwezen naar de noodzaak om vergunningen te kunnen verstrekken. Met dat frame komt het probleem te liggen bij de regelgeving van EU en rijksoverheid. Dan is de logische gedachte van de ontvanger van de boodschap dat daar ook de oplossing moet liggen: pas de regelgeving aan en alles komt goed. De teruggang van natuurkwaliteit wordt daarbij niet of nauwelijks meer meegewogen.