



Een project van:
NovioConsult
PauwSandersZeilstra Van Spaendonck
Crem

Doelgroepenanalyse rijksbiodiversiteitbeleid
Deel 2 Analyse van handelingsdomeinen
comBIO, 7 november

Colofon

Titel	: Doelgroepenanalyse rijksbiodiversiteitbeleid. Deel 2 Analyse van handelingsdomeinen.
Opdrachtgever	: Ministerie van LNV
Kenmerk/Projectnummer	: 4400/HtH-AvS
Datum	: 7 november 2008
Projectomschrijving	: Beschrijving en analyse van voor het biodiversiteitbeleid relevante handelingsdomeinen gericht op het vaststellen van de communicatieopgave voor het beleid. Naast inhoudelijke beschrijvingen en analyses levert het rapport een systematische benadering van de relatie tussen handelingsdomeinen en biodiversiteit en een methodiek voor het systematisch onderscheiden van handelingsperspectieven. Tevens biedt dit rapport de conceptuele basis voor een systematische uitwerking van de communicatiedoelstelling van het Beleidsprogramma Biodiversiteit Werkt, nl. het zichtbaar maken van functies en waarden van biodiversiteit.
Contactpersoon	: Drs. C. de Pater (LNV, directie Kennis)
Adviseurs	: Henk ten Holt, Wijnand Broer, Susan Martens, Martine van Zijl

NovioConsult BV

Postbus 256, 6500 AG Nijmegen
telefoon 024 381 3333
fax 024 324 1971
www.novioconsult.nl
info@novioconsult.nl



Dit rapport is gekopieerd op 100% chloorvrij gebleekt papier,
voorzien van de Nederlandse Milieukeur.

© Niets uit dit werk mag worden vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke andere wijze dan ook, daaronder mede begrepen gehele of gedeeltelijke bewerking van het werk, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van NovioConsult.



Inhoud

Samenvatting		i
1	Inleiding	1
1.1	Communicatie Biodiversiteit Internationaal Overheidsbreed (comBIO)	1
1.2	Positie van de doelgroepenanalyse in de onderzoeksopzet	2
1.3	Conceptueel kader t.b.v. het vaststellen van de communicatie-opgave	2
1.4	Leeswijzer en verantwoording	7
2	Overzicht handelingsdomeinen en functies van biodiversiteit	9
2.1	Inleiding	9
2.2	Indeling biodiversiteitrelevante handelingsgebieden	9
3	Communicatieopgave lange termijn	17
3.1	Inleiding	17
3.2	Eten & drinken	18
3.3	Kleden & persoonlijke verzorging	19
3.4	Gezond blijven & beter worden	19
3.5	Wonen & tuinieren (incl. bedrijfshuisvesting)	20
3.6	Verplaatsen	21
3.7	Recreëren	22
3.8	Energie gebruiken	22
3.9	Inkomen verdienen, geld uitgeven, sparen & beleggen	23
3.10	Ruimtelijk inrichten	23
3.11	Lange termijn communicatieopgave	24
4	Case-analyses specifieke handelingspraktijken korte termijn	27
4.1	Inleiding	27
4.2	Casus Duurzame Visconsumptie en visserijketens	27
4.3	Casus Duurzame Handelsketens en Biodiversiteitsvriendelijk Wonen	34
4.4	Casus Duurzaam toerisme	41
4.5	Casus Functionele Agrobiodiversiteit	50
5	Conclusies	59
Bijlage 1	Handelingsdomeinen, subdomeinen, beoogde handelingspraktijken en geboden handelingsperspectieven	61



Samenvatting

Biodiversiteit speelt een nuttige en belangrijke rol bij veel maatschappelijke activiteiten en veel maatschappelijke activiteiten hebben invloed op biodiversiteit. Het beleid wil de relatie tussen biodiversiteit en maatschappij verduurzamen zodat de negatieve invloed van maatschappelijke activiteiten op biodiversiteit wordt verminderd en biodiversiteit ook op lange termijn haar nuttige, vaak onmisbare en deels nog onbekende functies kan blijven vervullen.

De in dit rapport gepresenteerde analyse heeft primair tot doel om voor de belangrijkste maatschappelijke handelingsgebieden de communicatieopgave voor het rijksbiodiversiteitbeleid vast te stellen, zowel vanuit een lange als een korte termijn perspectief: wat verwachten we van het handelen door de doelgroepen en dus van de handelingsgerichte biodiversiteitcommunicatie met de doelgroepen?

Uitgangspunt hierbij is dat de analyse van handelingspraktijken het niveau van de afzonderlijke doelgroepen overstijgt: handelingspraktijken zijn ketens die doelgroepen doorsnijden en verbinden. De verschillende doelgroepen hebben binnen deze ketens een eigen rol en verantwoordelijkheid waar het gaat om het realiseren van een duurzame handelingspraktijk en deze rollen moeten binnen de keten op elkaar worden afgestemd en aansluiten. Daarnaast spelen alle doelgroepen in een vaak groot aantal handelingsdomeinen een rol.

Het aantal maatschappelijke handelingsgebieden (hier verder '*handelingsdomeinen*' genoemd) dat relevant is voor biodiversiteit is erg groot en de relaties zijn vaak meervoudig. Het geheel van de relaties tussen biodiversiteit en maatschappij is daardoor complex en onoverzichtelijk. Om voor de belangrijkste handelingsdomeinen de communicatieopgave die volgt uit het rijksbiodiversiteitbeleid vast te kunnen stellen is daarom een helder conceptueel kader en een systematische aanpak nodig.

Van handelingsdomein naar handelingsperspectieven

Een indeling van de brede variatie aan handelingspraktijken in handelingsdomeinen blijkt een goed bruikbare eerste stap om handelingspraktijken op een systematische manier te kunnen analyseren. De volgende handelingsdomeinen worden onderscheiden:

- ▶ eten & drinken
- ▶ kleden & persoonlijke verzorging
- ▶ gezond blijven & beter worden
- ▶ wonen & tuinieren (incl. bedrijfshuisvesting)
- ▶ verplaatsen
- ▶ recreëren (incl. toerisme)
- ▶ energie gebruiken
- ▶ inkomen verdienen, geld uitgeven, sparen & beleggen
- ▶ ruimtelijk inrichten

Per handelingsdomein zijn de functies van biodiversiteit (ecosysteemdiensten) benoemd die binnen dat domein worden benut (zie paragraaf 2.2 tabel 1).

Dit overzicht biedt concrete handvatten voor de communicatie met de bij een handelingsdomein betrokken doelgroepen, met name waar het gaat om algemene bewustwording met betrekking tot de *doelgroepspecifieke* functies en waarde(n) van biodiversiteit.

Door de handelingsdomeinen (waar nodig) verder onder te verdelen in subdomeinen en handelingspraktijken wordt een analyse-niveau bereikt waarop concrete handelingsperspectieven (of het ontbreken daarvan) kunnen worden geïdentificeerd die bijdragen aan behoud en duurzaam gebruik van biodiversiteit. Ook het identificeren van deze handelingsperspectieven kan systematisch worden opgepakt door uit te gaan van de *handelingsketen* die bij een domein hoort: veelal een productie-consumptie keten of een ontwerp-realisatie keten. Voor iedere ketenschakel kan worden beoordeeld welke handelingsperspectieven mogelijk zijn. Deze handelingsperspectieven bevinden zich over het algemeen binnen enkele, in het rapport beschreven hoofdcategorieën van kansen en bedreigingen.

In bijlage 1 is het resultaat opgenomen: een systematisch overzicht van handelingsdomeinen, subdomeinen, beoogde handelingspraktijken en (groepen van) handelingsperspectieven per ketenstap. De ontwikkelde systematische methodiek is het belangrijkste resultaat van deze exercitie. De inhoudelijke uitkomst kan verder worden uitgebreid, verdiept, geactualiseerd en aangescherpt, bijvoorbeeld in stakeholder-processen.

De communicatieopgave per handelingsdomein

Voor het vaststellen van de *lange termijn communicatieopgave* is per domein inzicht nodig in het streefbeeld (waar willen we naar toe?) en van de nulsituatie (waar staan we nu?). De ruimte tussen beiden is bepalend voor de inzet van communicatie als onderdeel van een bredere instrumentenmix. Aangezien het streefbeeld geen vast gegeven is en aan verandering onderhevig zal zijn, is het vaststellen van de lange termijn communicatieopgave per domein niet goed mogelijk zonder raadpleging van betrokkenen/deskundigen. Wel is het mogelijk gebleken om, mede op basis van de analyse van handelingsperspectieven en het opstellen van voorbeelden van streefbeelden per domein, de elementen te benoemen die naar verwachting onderdeel zullen uitmaken van de lange termijn communicatieopgave voor ieder domein. Het gaat dan om meer abstracte opgaven als bewustwording van de doelgroepen op het gebied van de functies van biodiversiteit en het belang van 'hier en nu' en 'daar en later'. Deze lange termijn opgaven kunnen specifieke vormen van communicatie vergen (zoals een massamediale draaggolfcampagne), maar zullen ook moeten worden meegenomen in de programmering van communicatie-activiteiten van het rijk. Een streven voor de langere termijn vereist immers ook op de korte termijn actie.

Het vaststellen van de *korte termijn communicatieopgave* vereist een diepgaande analyse van specifieke handelingspraktijken en hieraan gekoppelde beleidsopgaven, doelgroepen en handelingsperspectieven. Binnen de scope van deze BOFO studie is het niet haalbaar om een dergelijke analyse voor de volle breedte aan handelingspraktijken uit te voeren. Om deze reden zijn enkele cases als voorbeeld uitgewerkt. Uit deze case studies blijkt dat het goed mogelijk is om voor specifieke handelingspraktijken de korte termijn communicatieopgave vast te stellen. Deze geeft inzicht in de inhoud van de communicatie op korte termijn,



uitgaande van de beleidsopgaven en de nulsituatie met betrekking tot de doelgroepen en de handelingspraktijk. Hierbij moet worden aangetekend dat de huidige analyses niet in samenwerking met de direct betrokken partijen zijn uitgevoerd, maar op basis van direct beschikbare informatie. Uit het oogpunt van draagvlak en kennis is betrokkenheid van de diverse belanghebbenden wel wenselijk. De casestudies geven ook inzicht in de verschillende zenders die zich actief richten op de betreffende handelingspraktijk, inclusief de (huidige) rol van de (rijks)overheid in deze. Voor de resultaten van de case studies wordt verwezen naar de betreffende paragrafen in hoofdstuk 4.

Resumerend

Naast een beschrijving en analyse van de lange termijn en (enkele) korte termijn communicatieopgaven levert dit rapport dus vooral ook **een systematische methodiek** voor toekomstige of meer gedetailleerde analyses van domeinen en handelingspraktijken. Tevens biedt dit rapport inzicht in de **functies en waarden van biodiversiteit** binnen de verschillende handelingsdomeinen. Dit inzicht vormt een belangrijke basis voor het verder invulling geven aan de communicatieopgaven in het Beleidsprogramma Biodiversiteit Werkt, m.n. het (systematisch) **zichtbaar maken van functies en waarden van biodiversiteit**.

Een meer op inhoud gerichte samenvatting van deze rapportage is nauwelijks mogelijk zonder grote delen van de rapportage te herhalen. Voor een inhoudelijke beschrijving van de ontwikkelde methodiek wordt verwezen naar paragraaf 1.3.

De belangrijkste inhoudelijke resultaten van de toepassing van deze methodiek zijn opgenomen in:

- ▶ paragraaf 2.2: Tabel 1 Handelingsdomeinen en functies van biodiversiteit;
- ▶ paragraaf 3.11: bouwstenen voor de lange termijn communicatieopgave;
- ▶ paragrafen 4.2.6, 4.3.6, 4.4.6 en 4.5.6: beschrijving van de communicatieopgave voor de geanalyseerde cases;
- ▶ bijlage 1: een systematisch overzicht van handelingsdomeinen, subdomeinen, beoogde handelingspraktijken en (groepen van) handelingsperspectieven per ketenstap.



1 Inleiding

1.1 Communicatie Biodiversiteit Internationaal Overheidsbreed (comBIO)

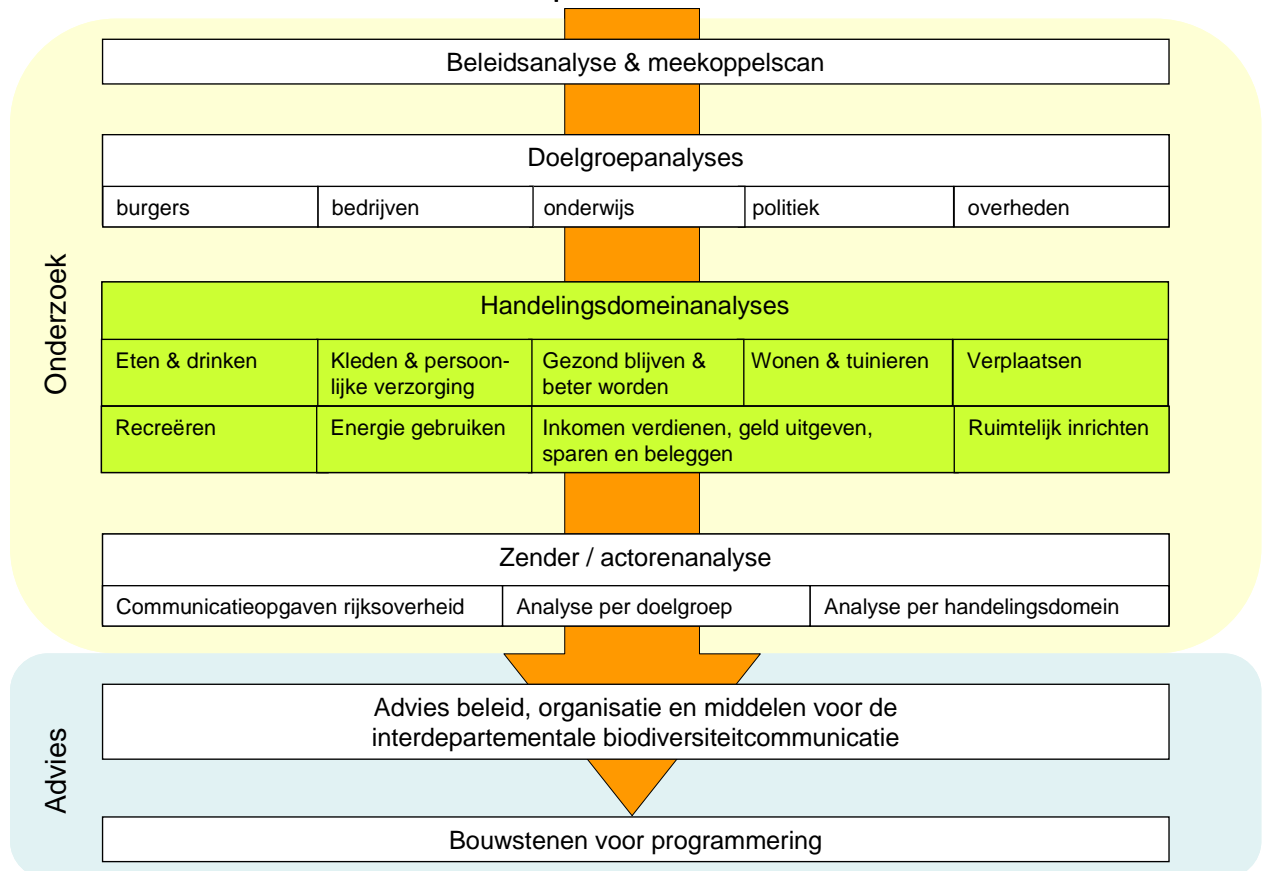
comBIO staat voor communicatie Biodiversiteit Internationaal Overheidsbreed. comBIO is een driejarig project dat tot doel heeft de effectiviteit van de interdepartementale biodiversiteitcommunicatie te vergroten en de rijksbrede samenwerking en afstemming op dit terrein te bevorderen. Het project wordt getrokken door LNV in nauwe samenwerking met VROM, Buitenlandse Zaken en andere departementen.

In het Plan van Aanpak voor het tweede comBIO-jaar worden twee hoofdprioriteiten gesteld:

- ▶ Het ondersteunen van de rijksbrede communicatie over het Beleidsprogramma Biodiversiteit.
- ▶ Het adviseren van het rijk over het beleid, de organisatie en de techniek van de rijksbrede biodiversiteitcommunicatie vanuit een back office – front office benadering.

Voor de tweede hoofdprioriteit – het back office – front office onderzoek gericht op de rijksbrede biodiversiteitcommunicatie - is een onderzoeksmodel ontwikkeld bestaande uit diverse deelonderzoeken. Het model wordt hieronder schematisch weergegeven.

Onderzoek en advies interdepartementale biodiversiteitcommunicatie



Dit rapport heeft betrekking op de doelgroepenanalyses (deelprojecten 2.4 tot en met 2.8 uit het comBIO-Plan van Aanpak). Er is voor gekozen deze doelgroepenanalyses te splitsen in:

- ▶ deel 1. Analyses van bewustzijn, kennis en houding van de doelgroepen t.a.v. het vigerende biodiversiteitconcept en het LT- en KT-biodiversiteitbeleid (zie betreffend rapport);
- ▶ deel 2. Analyses van handelingsdomeinen (dit rapport).

1.2 Positie van de doelgroepenanalyse in de onderzoeksofzet

1.2.1 *Voorgaande onderzoeksfase: beleidsanalyse en meekoppelscan*

De resultaten van de voorgaande onderzoeksfase – beleidsanalyse en meekoppelscan - worden beknopt beschreven in paragraaf 1.2 van deel 1 van deze doelgroepenanalyse.

1.2.2 *Huidige onderzoeksfase: de doelgroepenanalyse*

In deze vervolgstap wordt de blik gericht op een communicatieve analyse van de doelgroepen van het biodiversiteitbeleid en de handelingspraktijken waarin zij verbonden zijn. Analyse van bewustzijn, kennis en houding van de doelgroepen komt in deel 1 van het doelgroepenanalyserapport aan de orde. De communicatie over biodiversiteitrelevante handelingspraktijken komt in deze rapportage afzonderlijk aan de orde omdat de analyse daarvan het niveau van de afzonderlijke doelgroepen overstijgt: handelingspraktijken zijn ketens die doelgroepen doorsnijden en verbinden. Ook spelen bij communicatie gericht op gedragsverandering andere aspecten dan bij communicatie gericht op bewustwording.

De invalshoek van deze analyse sluit aan bij de comBIO-doelstelling **activering** van maatschappelijke doelgroepen voor het biodiversiteit(beleid). De analyse heeft primair tot doel om voor de belangrijkste handelingsdomeinen de communicatie-opgave voor het rijksbiodiversiteitbeleid vast te stellen, zowel vanuit een lange als een korte termijn perspectief: wat verwachten we van de handelingsgerichte biodiversiteitcommunicatie met de doelgroepen?

1.3 Conceptueel kader t.b.v. het vaststellen van de communicatie-opgave

Biodiversiteit en biodiversiteitsfuncties/ecosysteemdiensten zijn zeer omvattende en complexe begrippen die ingrijpen op veel facetten van het maatschappelijk leven. Om deze begrippen hanteerbaar te maken is een conceptueel kader nodig dat ordening en structuur biedt. Onderstaande bouwstenen worden benut om tot een indeling en benadering te komen waarmee een systematische beschrijving en analyse van de communicatie-opgaven mogelijk is¹.

Indeling van biodiversiteitrelevante gedragingen in handelingsdomeinen

Bij het analyseren van de communicatieopgave vanuit het rijksbiodiversiteitbeleid gericht op gedragsverandering en activering van doelgroepen staan handelings- en gedragspraktijken centraal.

¹ Naast de onderzoeksmatige doelstelling heeft de ontwikkeling van het conceptueel kader als communicatief doel om een kader te bieden waarmee de volledige maatschappelijke relevantie van biodiversiteit en haar functies zichtbaar kan worden gemaakt.



Omdat het aantal concrete handelingspraktijken dat relevant is voor het biodiversiteitsbeleid erg groot is, zijn de handelingspraktijken geclusterd en ingedeeld in handelingsdomeinen. Hiertoe is de volgende 'horizontale' indeling van voor biodiversiteit relevante handelingsdomeinen ontwikkeld²:

- ▶ eten & drinken
- ▶ kleden & persoonlijke verzorging
- ▶ gezond blijven & beter worden
- ▶ wonen & tuinieren (incl. bedrijfshuisvesting)
- ▶ verplaatsen
- ▶ recreëren (incl. toerisme)
- ▶ energie gebruiken
- ▶ inkomen verdienen, geld uitgeven, sparen & beleggen
- ▶ ruimtelijk inrichten

Indeling in handelingsdomeinen, subdomeinen en handelingspraktijken

Om binnen de handelingsdomeinen te kunnen inzoomen op meer concrete handelingsgebieden is de volgende 'verticale' indeling gebruikt:

- ▶ Handelingsdomeinen (kortweg: domeinen): dit zijn omvattende domeinen van thematisch samenhangende gedragingen zoals eten & drinken, kleden & persoonlijke verzorging, wonen & tuinieren, e.d.
- ▶ Subdomeinen: een evt. nadere onderverdeling van handelingsdomeinen waar dit noodzakelijk is om tot de juiste handelingsperspectieven te komen (bijv. subdomeinen 'wonen' en 'tuinieren').
- ▶ Handelingspraktijken: meer specifieke handelingsgebieden binnen een (sub)domein bijv. (hard)hout gebruiken.

Schakels in de handelingsketen

De handelingsdomeinen zijn primair gedefinieerd als consumptiedomeinen³. Dat heeft als voordeel dat – ook in de communicatie – altijd de relatie kan worden gelegd tussen biodiversiteit en de handelingspraktijken van burger-consumenten. Daarmee is niet gezegd dat burger-consumenten ook altijd feitelijk de belangrijkste schakel in de handelingsketen zijn. Elk handelingsdomein is daarom nader onderscheiden in de belangrijkste schakels van de handelingsketen die bij dat domein hoort (productie-consumptie keten of ontwerp-realisatie keten). Daarmee komen - terug- en vooruitdenkend in de keten - ook de handelingspraktijken van andere schakels en daarbij behorende doelgroepen in beeld, bijv. die van onderzoekers en ontwerpers of bedrijven die – meestal via productie, consumptie en afvalverwerking – biodiversiteit benutten of beïnvloeden. Deze schakels zijn – tezamen, dus in hun onderlinge wisselwerking - het meest direct betrokken bij en verantwoordelijk voor het verlies aan biodiversiteit. Van deze schakels zullen de handelingspraktijken moeten worden beïnvloed om te komen tot duurzaam gebruik, behoud en zo mogelijk een versterking van biodiversiteit. Een betere benutting van kansen die biodiversiteit biedt kan hier aan bijdragen.

² De ontwikkelde indeling zal op zijn bruikbaarheid getoetst moeten worden en werkenderwijs evolueren.

³ Met uitzondering van 'ruimtelijk inrichten'.

*NB. Centraal in de analyse staan dus de maatschappelijke actoren en doelgroepen die direct en **in uitvoerende zin** betrokken zijn in de opeenvolgende schakels van handelingsketens en -praktijken. Andere actoren, zoals wetenschap, politiek, overheden en onderwijs komen hierbij niet direct in beeld (enkele uitzonderingen daargelaten).*

Handelingsdomeinen en functies van biodiversiteit

Het vertrekpunt voor de beschrijving en analyse wordt gevormd door een functioneel biodiversiteitsconcept (functies en waarden van biodiversiteit/ecosysteemdiensten). Omdat de maatschappelijke functies en waarden van biodiversiteit in de analyse centraal staan, kan voor elk van de maatschappelijke handelingsdomeinen en -praktijken systematisch een verbinding worden gelegd met functies van biodiversiteit en ecosysteemdiensten. Voor elk handelingsdomein is aangegeven welke functies en waarden dit zijn. Het gaat dan om die functies die primair van belang zijn voor het betreffende domein (meer indirect zullen vaak nog veel meer functies van biodiversiteit voor een domein van belang zijn).

Typologie van kansen & bedreigingen

De vervulling van ecosysteemdiensten door biodiversiteit is geen vast gegeven maar wordt sterk beïnvloed door menselijk handelen. Dat menselijk handelen kan negatief zijn of positief zijn. Negatief menselijk handelen is handelen dat leidt tot (ongewenst) biodiversiteitsverlies. Dit kan zijn ingegeven door de wens specifieke ecosysteemdiensten te optimaliseren (bijvoorbeeld de productiefunctie) en zal veelal gepaard gaan met een verlies aan andere ecosysteem-diensten (bijvoorbeeld ecologische functies). Positief handelen kan worden onderscheiden in:

- ▶ handelen waarbij kansen die biodiversiteit biedt worden benut (en biodiversiteit een waarde krijgt) en/of waarbij de biodiversiteit wordt versterkt.
- ▶ handelen waarmee het verlies aan biodiversiteit en ecosysteemdiensten wordt verminderd of gecompenseerd.

De **bedreigingen** kunnen onderscheiden worden in drie vormen van niet-duurzaam omgaan met biodiversiteit:

1. overexploitatie, ofwel het niet-duurzaam onttrekken van biodiversiteits**producten** aan het ecosysteem: (bijv. jacht, handel in exotische dieren, meer vis eten dan de oceanen kunnen produceren of meer tropisch hardhout consumeren dan de tropische bossen duurzaam kunnen leveren).
2. niet-duurzame **productiewijzen** met schade aan het ecosysteem:
 - ▶ *niet-duurzaam produceren van biodiversiteitsproducten* met als gevolg schade aan het ecosysteem en de andere functies die biodiversiteit vervult (bijv. boomkorvisserij, kaalkap van tropische bossen, maar ook allerlei vormen van niet-energie-, water- en nutriënten-efficiënte landbouw die bijdragen aan klimaatverandering of leiden tot verdroging en vermesting).
 - ▶ *niet-duurzaam produceren van overige producten* met als gevolg schade aan ecosystemen en de betreffende ecosysteemdiensten (bijv. versnippering van leefgebieden door de aanleg van infrastructuur, winning en verwerking van abiotische grondstoffen met schadelijke gevolgen voor biodiversiteit, etc.).
3. niet-duurzaam **ruimtegebruik**: ecosystemen hebben naast een inhoudelijke component (welke biodiversiteit) ook een ruimtelijke component (omvang arealen/leefgebieden en



barrières). Zowel locatiekeuze van andere functies als de geografische schaal en omvang van het ruimtegebruik door deze functies kunnen schade toebrengen aan biodiversiteit:

- ▶ *niet-duurzame locatiekeuze*: biodiversiteit is niet evenredig verdeeld over de aardoppervlakte. Er zijn grote verschillen in biodiversiteitswaarde/ ecosysteem-dienstverlening: bepaalde gebieden zijn veel waardevoller dan andere vanuit biodiversiteitsoptiek (*hot spots*) of biodiversiteitsfuncties (bijv. zuurstofvoorziening, waterberging). Veel waardevolle gebieden verliezen biodiversiteitswaarde door een verkeerde locatiekeuze of doordat de locatiekeuze leidt tot het doorsnijden van belangrijke leefgebieden, zoals bij wegeninfrastructuur.
- ▶ *niet-duurzame areaalomvang*: alle RO-functies claimen ruimte. Vaak gaan deze ruimteclaims ten koste van andere functies en belangen, zoals die van biodiversiteit. Bepaalde RO-functies claimen bijzonder veel ruimte, zoals veeteelt, landbouw (bijv. soja, graan, katoen) en toerisme (bijv. langs de Spaanse Oost- en Zuidkust).

De **kansen** voor biodiversiteit zijn als volgt te benaderen:

1. Kansen door **betere benutting**: bekende functies van biodiversiteit worden in veel sectoren niet of suboptimaal benut. Biodiversiteit kan beter benut worden in diverse sectoren zoals landbouw (bodemvruchtbaarheid, plaagbestrijding), waterbeheer (waterberging en –buffering), recreatie, stedelijke ontwikkeling/woningbouw, gezondheidszorg, etc. Wanneer dit op de juiste wijze gebeurt kan dit bijdragen aan het verminderen van de druk op biodiversiteit door bestaande drukfactoren (zoals gebruik bestrijdingsmiddelen) en kan biodiversiteit meer waarde krijgen, waardoor duurzaam gebruik (en dus behoud) aantrekkelijk(er) wordt.
2. Kansen door **betere locatiekeuze** en optimale **afstemming van ruimtelijke functies**: betere ruimtelijke integratie en samenhang in de vervulling van RO-functies vanuit biodiversiteitsoptiek.
3. Ruimte voor benutting van **toekomstige kansen**: elke vorm van biodiversiteit behelst talloze evolutionaire oplossingen gericht op overleving. Biodiversiteit is vanuit deze optiek te zien als een enorme verzameling overlevingsstrategieën voor zeer uiteenlopende omstandigheden. Een zeer groot deel van onze biodiversiteit is echter nog niet bekend (in de zin van ontdekt en beschreven door taxonomen), laat staan dat de levenswijze, de evolutionaire oplossingen en ecologische en andere potentiële functies van deze grotendeels onbekende biodiversiteit al bekend zijn. Biodiversiteit is dus niet alleen een *levensverzekering* maar ook een *schatkamer* vol met onontdekte schatten. Biodiversiteit biedt een reservoir van kansen voor de toekomst en toekomstige generaties.

Met behulp van de hierboven beschreven indeling van bedreigingen en kansen kunnen op elk van de onderscheiden handelingsdomeinen systematisch handelingsperspectieven worden benoemd. Handelingsperspectieven worden gedefinieerd als (theoretisch of concreet) beschikbare handelingsalternatieven waarmee de huidige handelingspraktijk kan worden omgebogen tot de gewenste handelingspraktijk (streefbeeld).

Vaststellen communicatieopgave – lange en korte termijn

In de analyse wordt onderscheid gemaakt tussen de lange termijn en de korte termijn:

- ▶ Voor de handelingsdomeinen zijn lange termijn-streefbeelden opgesteld (in het verlengde van de eerder opgestelde streefbeelden voor het biodiversiteitsbeleid en de doelgroepen)⁴. Deze lange termijn-streefbeelden kunnen worden gebruikt bij de communicatie rond de specifieke handelingspraktijken die binnen een domein spelen door een lange termijn visie te bieden die context geeft aan meer specifieke en/of op korte termijn spelende specifieke thema's. Aan de hand van het lange termijn streefbeeld en de nulsituatie (globale inschatting van de huidige situatie) kan worden vastgesteld hoe de communicatieopgave voor de lange termijn er in grote lijnen uit ziet.
- ▶ Voor de korte termijn zijn enkele specifieke handelingspraktijken geselecteerd en bij wijze van case-studie diepgaander geanalyseerd. Hierbij zijn de prioriteiten van het Beleidsprogramma Biodiversiteit leidend.

Vaststellen communicatieopgave - beleidsfase

Bij het vaststellen van de korte termijn communicatieopgave voor de relevante handelingspraktijken is de beleidsfase waarin het beleid verkeert van groot belang. Wanneer beleid en instrumenten nog in een ontwikkelingsfase verkeren, zal de communicatie veelal beperkt blijven tot beleidsprocescommunicatie en dialoog gericht op (koplopers binnen de) bij de beleidsontwikkeling en -uitwerking betrokken doelgroepen. Wanneer concrete handelingsperspectieven beschikbaar zijn en (professionele) ketenpartijen onderdeel (willen) zijn van de oplossing, zijn er veel meer communicatiemogelijkheden.

Vaststellen communicatieopgave - instrumentenmix

Op voorhand is duidelijk dat communicatie slechts één van de instrumenten is om gedragsverandering te bevorderen. Naast communicatie kunnen en zullen juridische en financiële instrumenten vaak noodzakelijk zijn (die ook een eigen, zelfstandige communicatieve waarde toekomt). Er is m.a.w. een effectieve instrumentenmix noodzakelijk om gedragsverandering te bevorderen. Het adviseren daarover beweegt zich buiten het kader van dit onderzoek. (Wel: beleidssignalering van noodzakelijke voorwaarden voor effectieve communicatie)

Resultaat

Naast een inhoudelijke beschrijving en analyse van de verwachtingen t.a.v. de bij de handelingsdomeinen betrokken doelgroepen op de lange en korte termijn (zie ook beleidsanalyse) levert dit rapport dus vooral ook een **systematische methodiek** voor toekomstige of meer gedetailleerde analyses van domeinen en handelingspraktijken. Tevens biedt dit rapport de conceptuele en inhoudelijke basis voor de communicatiedoelstelling van het Beleidsprogramma Biodiversiteit Werkt, nl. het **zichtbaar maken van functies en waarden van biodiversiteit**.

⁴ Net als de eerder opgestelde streefbeelden hebben de streefbeelden voor deze handelingsgebieden geen formele beleidsstatus.



1.4 Leeswijzer en verantwoording

In hoofdstuk 2 wordt een indeling en beschrijving van de belangrijkste handelingsdomeinen gegeven (zie tabel 1). In de tabel wordt beknopt beschreven:

- ▶ Welke primaire functie(s) biodiversiteit vervult binnen het handelingsdomein en welke ecosysteemdiensten (bron: ESR-rapport) daarbij in het geding zijn.
- ▶ Wat de relevantie is van het handelingsdomein voor het biodiversiteitsbeleid. Het gaat het hierbij om 1) een duurzame inrichting van de betreffende primaire functie zelf, bijv. geen overexploitatie van natuurlijke hulpbronnen en 2) een duurzame inrichting van de betreffende functie met het oog op de duurzame vervulling van andere functies van biodiversiteit.

Vervolgens worden in hoofdstuk 3 de onderscheiden handelingsdomeinen behandeld vanuit een lange termijn perspectief. Dit gebeurt volgens een vast stramien:

- ▶ streefbeeld voor het handelingsdomein
- ▶ betrokken doelgroepen
- ▶ handelingsperspectieven

Dit hoofdstuk blijft met opzet globaal en algemeen. De ontwikkelde streefbeelden zijn slechts bedoeld als indicatieve voorbeelden (gebaseerd op projectie van het gedachtegoed van de CBD-en MD-doelstellingen) en hebben geen formele status of breder draagvlak. Het is naar ons oordeel niet zinvol om - vanuit de adviseursrol – dergelijke streefbeelden met verstrekkende consequenties gedetailleerd uit te werken in handelingsperspectieven. Wel zou de ontwikkeling van - breed gedragen - streefbeelden een grote communicatieve waarde hebben voor het biodiversiteitsbeleid.

Vervolgens worden in dit hoofdstuk de naar verwachting belangrijkste elementen van de lange termijn communicatieopgave voor de verschillende domeinen gegeven (algemeen, dus domeinoverstijgend).

Specifieke handelingspraktijken waarvoor in het Beleidsprogramma Biodiversiteit Werkt beleid is ontwikkeld, kunnen binnen de eerder onderscheiden handelingsdomeinen worden geplaatst. Enkele handelingspraktijken zijn geselecteerd voor case-analyse. Deze worden in hoofdstuk 4 als volgt behandeld:

- ▶ beleidsopgave korte termijn
- ▶ betrokken doelgroepen
- ▶ nulsituatie handelingsperspectieven
- ▶ rol communicatie
- ▶ stand van zaken communicatie
- ▶ communicatieopgave

In hoofdstuk 5 zijn de belangrijkste conclusies opgenomen.

Tenslotte wordt in bijlage 1 in tabelvorm een totaaloverzicht gegeven van handelingsdomeinen, evt. subdomeinen, beoogde handelingspraktijken en geboden handelingsperspectieven (geordend naar stap in de handelingsketen).



2 Overzicht handelingsdomeinen en functies van biodiversiteit

2.1 Inleiding

Biodiversiteit heeft raakvlakken met veel menselijk handelen. Deze raakvlakken zijn tweeledig:

- ▶ Biodiversiteit wordt op tal van manieren door mensen gebruikt. Dit menselijke gebruik van biodiversiteit is echter vaak niet duurzaam (bijv. vis, hout, handel in bedreigde diersoorten). Daarnaast is menselijk handelen ook indirect de oorzaak van verlies van biodiversiteit (genen, soorten, ecosystemen), en verlies van functies die biodiversiteit vervult en diensten die biodiversiteit levert (bijv. door klimaatverandering, intensief landgebruik, winning van abiotische grondstoffen, e.d.).
- ▶ Biodiversiteit biedt ook kansen. Met biodiversiteit kunnen bestaande functies beter vervuld worden of kunnen nieuwe functies worden benut op zo'n wijze dat dit ook bijdraagt aan het behoud van biodiversiteit (bijv. benutting van agrobiodiversiteit in de landbouw, recreatie, stedelijke ontwikkeling, e.d.).

Om de directe en indirecte bedreigingen te verminderen en de kansen beter te benutten, is een fundamenteel maatschappelijk transitieproces noodzakelijk waarbij alle actoren en doelgroepen betrokken zijn. Om daarbinnen structuur aan te brengen, wordt hieronder een indeling gepresenteerd van de belangrijkste biodiversiteitrelevante handelingsgebieden. Specifieke handelingspraktijken die object van beleid zijn kunnen vervolgens daarbinnen worden geplaatst.

2.2 Indeling biodiversiteitrelevante handelingsgebieden

Bij het ontwikkelen van onderstaande indeling is primair gedacht vanuit de burger-consument. In vrijwel alle maatschappelijk relevante handelingsgebieden neemt de burger-consument een centrale positie in als gebruiker (consument), zo niet dan is hij/zij in ieder geval als burger betrokken⁵. Dat de burger-consument in alle maatschappelijk handelingsgebieden een (vaak belangrijke) rol speelt, wil overigens niet zeggen dat die rol altijd doorslaggevend is. Andere doelgroepen met een meer specifieke rol zijn vaak van groot belang voor de richting waarin een handelingsgebied zich ontwikkelt bijv. door innovatie & ontwerp, productie en distributie.

In veel gevallen is een handelingsdomein te zien als een productie-consumptieketen: ontwerp > grondstoffenwinning > productie > distributie > aankoop > gebruik > afval. Bij ruimtelijke ingrepen bestaat het handelingsdomein uit de keten: planning > ontwerp > realisatie > onderhoud.

⁵ Vervolgens is nagegaan of er belangrijke handelingsgebieden ontbreken. Deze zijn toegevoegd.

Tabel 1 Handelingsdomeinen, primaire functies van biodiversiteit voor het handelingsdomein en relevantie van het handelingsdomein voor biodiversiteit (beleid)

Handelingsdomein	Primaire functies van biodiversiteit (ecosysteemdiensten)	Relevantie voor het biodiversiteit (beleid)
Eten & drinken	<p>Biodiversiteit levert de grondstoffen voor eten & drinken, de belangrijkste basisbehoefte van mensen, zowel fysiek als psychisch (genieten). Gevarieerd eten & drinken is belangrijk voor onze gezondheid. Biodiversiteit vormt ook een reservoir van kansen om nieuwe voedselproducten en dranken te ontwikkelen.</p> <p>Primaire ecosysteemdiensten:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Productiefunctie: voedsel (gewassen, visserij, vee, etc.), water, genetische bronnen ▶ Regulerende functies: waterzuivering, watervasthoudend vermogen, bestuiving, voorkomen erosie, klimaatregulering, beheersing plagen ▶ Ondersteunende functies: nutriëntencyclus, primaire productie (biologisch materiaal), watercyclus 	Verantwoord eten & drinken en een verantwoorde grondstoffenwinning & productie zijn belangrijk zowel voor het behoud van deze cruciale functie van biodiversiteit als om te voorkomen dat biodiversiteit met andere functies verloren gaat.
Kleden & persoonlijke verzorging	<p>Biodiversiteit levert grondstoffen voor kleding en persoonlijke verzorgingsartikelen. Kleden en persoonlijke verzorging zijn een basisbehoefte van mensen. Biodiversiteit vormt ook een reservoir van kansen om nieuwe materialen en producten voor persoonlijke verzorging te ontwikkelen</p> <p>Primaire ecosysteemdiensten:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Productiefunctie: vezels (zoals katoen en zijde), etherische oliën/geurstoffen, etc. uit gewassen (bijvoorbeeld 	Verantwoorde grondstoffenwinning & productie zijn belangrijk zowel voor het behoud van deze functie van biodiversiteit als om te voorkomen dat biodiversiteit met andere functies verloren gaat.



Handelingsdomein	Primaire functies van biodiversiteit (ecosysteemdiensten)	Relevantie voor het biodiversiteit (beleid)
	<p>bloemen), water, genetische bronnen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Regulerende functies: waterzuivering, watervasthoudend vermogen, bestuiving, voorkomen erosie, klimaatregulering, beheersing plagen ▶ Ondersteunende functies: nutriëntencyclus, primaire productie (biologisch materiaal), watercyclus 	
Gezond blijven & beter worden	<p>Biodiversiteit is onmisbaar om gezond te blijven. Dat begint al bij onze grotendeels onbekende darmflora en bij gevarieerd eten & drinken. Maar ook omdat biodiversiteit voor de zuurstof zorgt die we inademen.</p> <p>Ook voor ons welbevinden en onze psychische gezondheid is biodiversiteit cruciaal, zowel in onze directe woonomgeving als tijdens vakanties.</p> <p>Wanneer we ziek zijn is beter worden in veel gevallen afhankelijk van medicijnen met een oorsprong in onze biodiversiteit. Ook voor de ontwikkeling van nieuwe medicijnen zijn we sterk afhankelijk van de natuurlijke biodiversiteit.</p> <p>Primaire ecosysteemdiensten:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Productiefunctie: medicinale stoffen (zoals uit planten), water, genetische bronnen ▶ Regulerende functies: waterzuivering, watervasthoudend vermogen, bestuiving, voorkomen erosie, klimaatregulering, beheersing plagen, luchtkwaliteit, tegengaan verspreiding van ziektes, 	De vervulling van deze functie van biodiversiteit wordt ernstig bedreigd door het verloren gaan van grote arealen natuurlijke biodiversiteit door tal van oorzaken.

Handelingsdomein	Primaire functies van biodiversiteit (ecosysteemdiensten)	Relevantie voor het biodiversiteit (beleid)
	<p>bescherming tegen natuurrampen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Culturele functies: spirituele, esthetische en/of een andere aan ecosystemen toegekende waarde ▶ Ondersteunende functies: nutriëntencyclus, primaire productie (biologisch materiaal), watercyclus 	
Wonen & bedrijfshuisvesten	<p>Biodiversiteit is op verschillende manieren relevant voor wonen. Biodiversiteit levert grondstoffen en 'levende' bouwmaterialen (bijv. hout). Tevens draagt biodiversiteit bij aan een gezonde en mooie woon- en werkomgeving waarin het prettig wonen en werken is. Waterberging en –bufferingsfuncties van biodiversiteit beperken de overstromingsrisico's</p> <p>Primaire ecosysteemdiensten:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Productiefunctie: vezels (zoals hout, katoen en glas), bio-energie, water, genetische bronnen ▶ Regulerende functies: waterzuivering, watervasthoudend vermogen, bestuiving (mooie woonomgeving), voorkomen erosie, klimaatregulering, luchtkwaliteit, bescherming tegen natuurrampen ▶ Culturele functies: spirituele, esthetische en/of een andere aan ecosystemen toe te kennen waarde ▶ Ondersteunende functies: nutriëntencyclus, primaire productie (biologisch materiaal), watercyclus 	Wonen & huisvesten kunnen de biodiversiteit bedreigen - bijv. door overmatig energiegebruik en onverantwoord gebruik van hardhout - maar ook de lokale biodiversiteit versterken door bij ontwerp, aanleg en gebruik te streven naar het creëren van biodiversiteitswaarde.



Handelingsdomein	Primaire functies van biodiversiteit (ecosysteemdiensten)	Relevantie voor het biodiversiteit (beleid)
Verplaatsen	<p>De mens heeft het vliegen afgekeken van de biodiversiteit. (Wellicht hebben ook andere vormen van verplaatsen inspiratie opgeleverd voor nieuwe technologie.)</p> <p>Primaire ecosysteemdiensten:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Productiefunctie: biobrandstoffen, water, genetische bronnen (t.b.v. biobrandstoffen) ▶ Regulerende functies: bescherming natuurrampen, klimaatregulatie (o.a. invloed overstromingen op mogelijkheden verplaatsen), voorkomen erosie 	<p>De mobiliteitskeuze en de harde infrastructuur die daarvoor nodig is, hebben een grote invloed op onze biodiversiteit. Wandelen en fietsen zijn biodiversiteit-vriendelijke wijzen van verplaatsen. Veel vormen van gemotoriseerd verplaatsen hebben - m.n. door hun energiegebruik en verstoringseffecten - een negatief effect op biodiversiteit. Veel harde infrastructuur is zo aangelegd dat daarmee leefgebieden te klein worden en te veel versnipperd raken. Ook zorgt de grote toename van mondiale verplaatsingen voor introductie van uitheemse soorten die inheemse soorten kunnen verdringen.</p>
Recreëren	<p>Voor de meeste mensen is biodiversiteit van groot belang bij recreatie en toerisme (ontspanning en genieten). Recreatie en toerisme behoren wereldwijd tot de belangrijkste economische sectoren. Biodiversiteit biedt ook een reservoir aan kansen voor de ontwikkeling van nieuwe, duurzame vormen van recreatie.</p> <p>Primaire ecosysteemdiensten:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Regulerende functies: luchtkwaliteit, waterzuivering, voorkomen erosie, watervasthoudend vermogen, klimaatregulering, bescherming tegen natuurrampen ▶ Culturele functies: spirituele, esthetische en/of een andere aan ecosystemen toe te kennen waarde, natuurbeleving 	<p>Verlies van biodiversiteit leidt tot verarming en verschraving van de wereldwijde variatie aan ecosystemen en soorten en daardoor ook tot een verlies aan recreatie- en ontspanningsmogelijkheden. Veel vormen van recreatie en toerisme hebben schade aangebracht aan de lokale/regionale biodiversiteit en daarmee vaak ten dele ook aan de recreatieve en toeristische potenties.</p>

Handelingsdomein	Primaire functies van biodiversiteit (ecosysteemdiensten)	Relevantie voor het biodiversiteit (beleid)
Energie gebruiken	<p>Biodiversiteit heeft – in de vorm van in steenkool, olie en gas opgeslagen zonne-energie - de belangrijkste grondstoffen voor onze energievoorziening geleverd. Biodiversiteit levert daarnaast – in de vorm van biomassa – een belangrijke bijdrage aan onze huidige energievoorziening.</p> <p>Primaire ecosysteemdiensten:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Productiefunctie: bio-energie, water, genetische bronnen ▶ Regulerende functies (met name t.b.v. gewassen biobrandstoffen): waterzuivering, watervasthoudend vermogen, bestuiving, voorkomen erosie, klimaatregulering, beheersing plagen ▶ Ondersteunende functies (met name t.b.v. gewassen biobrandstoffen): nutriëntencyclus, primaire productie (biologisch materiaal), watercyclus 	<p>De winning en het transport van steenkool, olie en gas richten vaak grote schade aan aan de (lokale/regionale) biodiversiteit. De grootschalige productie van biomassa gaat eveneens vaak ten koste van de lokale/regionale biodiversiteit en draagt bij aan ontbossing.</p> <p>Energie gebruik uit fossiele brandstoffen heeft een grote bijdrage geleverd aan klimaatverandering en is een van de oorzaken voor biodiversiteitverlies op mondiale schaal (evt. verwerken in de andere handelingsgebieden.)</p>
Inkomen verdienen, geld uitgeven, sparen & beleggen	<p>Veel mensen verdienen (een deel van) hun inkomen met biodiversiteit. Dat geldt o.a. voor sectoren als landbouw, visserij, voedingsmiddelenindustrie, recreatie & toerisme en natuurbeheer. Daarnaast wordt geld verdiend door te investeren / beleggen in deze sectoren.</p> <p>Primaire ecosysteemdiensten: Door de relatie met alle andere handelingsdomeinen zijn alle functies van biodiversiteit van belang.</p>	<p>Pensioengelden en inkomen dat mensen overhouden, wordt belegd of gespaard. Het gaat om enorme bedragen die door pensioenfondsen, banken en verzekeraars geïnvesteerd worden in al dan niet biodiversiteitvriendelijke bestemmingen. Deze investeringen kunnen veel schade aan richten maar ook zo gebruikt worden dat ze biodiversiteit behouden of biodiversiteitswaarde creëren.</p>



Handelingsdomein	Primaire functies van biodiversiteit (ecosysteemdiensten)	Relevantie voor het biodiversiteit (beleid)
Ruimtelijk inrichten	<p>Biodiversiteit voegt veel kwaliteit toe aan de ruimte. Zonder biodiversiteit was de wereld een dode wereld. Met weinig biodiversiteit is de wereld een saaie wereld.</p> <p>Primaire ecosysteemdiensten: Alle functies van biodiversiteit zijn van belang voor én bepalend voor de ruimtelijke inrichting.</p>	<p>Alle functies claimen ruimte en deze ruimteclaims kunnen onderling concurreren. Dit is vaak ten koste gegaan van zachtere, publieke waarden en belangen zoals biodiversiteit en de kwaliteiten die zij toevoegt. Ruimtelijke ontwikkeling kan echter ook biodiversiteitskwaliteit toevoegen door ruimtegebruik en ruimtelijke inrichting van de functies af te stemmen en te integreren vanuit een ecoregionale benadering. Daarbij kan met biodiversiteit de regionale samenhang en identiteit worden versterkt en de vervulling van diverse functies met behulp van biodiversiteit worden verbeterd.</p>



3 Communicatieopgave lange termijn

3.1 Inleiding

Binnen ieder handelingsdomein zal communicatie, als onderdeel van een bredere instrumentenmix, een bijdrage kunnen leveren aan het binnen bereik brengen van behoud en duurzaam gebruik van biodiversiteit. Het zal dan veelal gaan om communicatie gericht op het beïnvloeden van handelingspraktijken op de korte termijn, zoals communicatie over acties die nu of in de nabije toekomst opportuun zijn. Voor de lange termijn kan echter ook een communicatieopgave worden gedefinieerd. Deze lange termijn communicatieopgave ligt dicht aan tegen het creëren van bewustwording en is abstracter dan de korte termijn communicatieopgave. Door deze lange termijn communicatieopgave expliciet te benoemen kan hier in de korte termijn communicatie rekening mee worden gehouden en kunnen eventuele aanvullende communicatieactiviteiten worden geagendeerd die (specifiek) op de lange termijn opgave zijn gericht (een voorbeeld hiervan is een draaggolfcampagne gericht op bewustwording).

De lange termijn communicatieopgave kan verschillen per domein en is afhankelijk van het streefbeeld (de ideale situatie) dat voor ieder domein kan worden geschetst. Dit streefbeeld is de situatie waarin de ecosysteemdiensten die van belang zijn voor het domein duurzaam worden benut (en dus behouden blijven voor toekomstige generaties) en waarbij dit niet ten koste gaat van andere ecosysteemdiensten die van belang zijn in andere domeinen en voor andere belanghebbenden (wereldwijd). Vanwege het meer abstracte karakter van de lange termijn communicatieopgave zullen er echter ook veel overeenkomsten zijn tussen de domeinen.

In de volgende paragrafen wordt voor ieder van de handelingsdomeinen een streefbeeld gegeven (gebaseerd op projectie van de CBD- en MD-doelstellingen), worden de belangrijkste betrokken doelgroepen benoemd en wordt kort stilgestaan bij de belangrijkste handelingsperspectieven voor het domein (op basis van de informatie in bijlage 1). Vervolgens wordt de lange termijn communicatieopgave in het algemeen benoemd, dat wil zeggen domeinoverstijgend. Deze algemene communicatieopgave kan als referentie/context worden gehanteerd voor de communicatie op de korte termijn.

Er is bewust voor gekozen om de lange termijn communicatieopgave niet per domein te benoemen. Belangrijke reden hiervoor is, naast de te verwachten overeenkomsten, het feit dat deze opgave wordt bepaald door het streefbeeld en de nulsituatie (huidige situatie) voor ieder domein. De hier gegeven streefbeelden zijn ontwikkeld door de adviseurs en niet in een proces met stakeholders. Ze zijn daardoor niet breed gedragen en voor discussie vatbaar (hoe ziet de ideale toekomst eruit?). Daarnaast zijn ze aan verandering onderhevig (nieuwe technieken kunnen het ideale toekomstbeeld bijvoorbeeld wijzigen). Op basis hiervan is ervoor gekozen om alleen de meest waarschijnlijke, algemene elementen binnen de lange termijn communicatieopgave te benoemen.

3.2 Eten & drinken

3.2.1 *Streefbeeld Eten & drinken*

Er is overal ter wereld voldoende eten en drinken beschikbaar om de wereldbevolking te voeden en gezond te houden zonder dat dit ten koste gaat van de natuurlijke biodiversiteit.

De mondiale voedsel­economie heeft een transitie doorgemaakt. Er wordt niet meer geproduceerd of onttrokken dan de draagkracht en het regeneratievermogen van lokale/regionale ecosystemen toelaat. De voedsel­economie is gebaseerd op moderne technologie én op ecologische principes (regionale kringlopen van energie, water, nutriënten).

In de nieuwe voedsel­economie is de voedsel­productie gebaseerd op principes van biodiversiteit, nl. variatie, regionale identiteit en draagkracht van ecosystemen. De huidige grootschalige, energie- en waternverslindende productiewijzen en transport zijn verdwenen. Voedsel en dranken worden geproduceerd met gebruikmaking van inheemse rassen en/of met rassen die aangepast zijn aan de regionale milieu- en klimaatcondities en daardoor zeer efficiënt met energie en water omgaan. Het energie- en watergebruik in de voedsel­productie zijn daardoor sterk verminderd en de bijdrage vanuit de landbouw aan klimaatverandering en watertekorten is geminimaliseerd. Het gebruik van kunstmest en bestrijdingsmiddelen is vrijwel uitgebannen door gebruik te maken van functionele agrobiodiversiteit gericht op een gezond bodemleven en natuurlijke plaagbestrijding.

Ook de andere schakels in de voedsel­productieketen – levensmiddelenindustrie, afvalverwerking – zijn ingericht met het oog op duurzaam gebruik van biodiversiteit, o.a. met het oog op een duurzame nutriëntenkringloop.

In de keten wordt betaald voor het gebruik van biodiversiteit middels een BTW (Biodiversiteits Toegevoegde Waarde). De opbrengsten hiervan worden geïnvesteerd in duurzaam gebruik en biodiversiteitsbehoud.

3.2.2 *Betrokken doelgroepen*

De gehele mondiale wereldbevolking is betrokken bij de transitie die noodzakelijk is om tot een mondiaal duurzaam en eerlijk ingericht handelingsdomein 'eten & drinken' te komen. Het is immers noodzakelijk het principe te accepteren dat het eigen consumptiepatroon (en dat van de medeconsumenten) in evenwicht moet zijn met de draagkracht en het productie­vermogen van het lokale/regionale ecosysteem en dat andere wereldbewoners en toekomstige generaties net zoveel recht hebben om gebruik te maken van deze essentiële functie van biodiversiteit. Pas wanneer dit breed geaccepteerd is, kan vermoedelijk voldoende politiek draagvlak ontstaan om de noodzakelijke mondiale hervormingen van de landbouweconomie, -instituten en –instrumenten te beginnen.

3.2.3 *Handelingsperspectieven*

De belangrijkste handelingsperspectieven binnen dit domein hebben betrekking op wijzigingen in consumptie (minder en duurzamer/bewuster consumeren), wijzigingen in productie (duurzamere productiemethoden, hogere productieopbrengsten en een betere benutting van de functies van biodiversiteit, zoals functionele agrobiodiversiteit) en op



wijzigingen in het economisch systeem, waarbij het gebruik van biodiversiteit wordt verdisconteerd in de kosten. Gezien het globale karakter van de biodiversiteitproblematiek rond eten en drinken zullen internationale samenwerking en internationale afspraken noodzakelijk zijn.

3.3 Kleden & persoonlijke verzorging

3.3.1 *Beleidsopgave domein (streefbeeld)*

Overall ter wereld zijn mensen in staat zich te kleden en persoonlijk te verzorgen. Daarbij wordt o.a. gebruik gemaakt van natuurlijke hulpbronnen maar niet meer dan de aarde mondiaal en lokaal kan (re)produceren. Door productinnovatie (ontwerpen met biodiversiteit) zijn talloze nieuwe producten ontwikkeld, m.n. voor persoonlijke verzorging (zoals cosmetica).

De productie van belangrijke grondstoffen, zoals katoen, wol, leer en ingrediënten voor persoonlijke verzorgingsartikelen, is duurzaam ingericht. Er is een omvangrijke markt voor tweedehands kleding. Afgedragen kleding wordt gescheiden ingezameld en verantwoord verwerkt. In de keten wordt betaald voor het gebruik van biodiversiteit middels een BTW (Biodiversiteits Toegevoegde Waarde). De opbrengsten hiervan worden geïnvesteerd in biodiversiteitsbehoud.

3.3.2 *Betrokken doelgroepen*

Producenten van grondstoffen/natuurlijke hulpbronnen, transport, verwerking, distributie en verkoop, consumenten, kringloopwinkels en afvalverwerking

3.3.3 *Handelingsperspectieven*

De kansen binnen dit domein zijn voor een belangrijk deel vergelijkbaar met de perspectieven voor eten en drinken: minder en bewust consumeren, duurzaam produceren (inclusief ontwerp) en een betere benutting van de functies van biodiversiteit. Daarnaast speelt herverwerking / hergebruik van producten en materialen in het afvalstadium in dit domein voor kleden een belangrijke rol. Voor persoonlijke verzorging is een duurzame benutting van biodiversiteit een belangrijke handelingsperspectief waardoor (financiële) waarde aan biodiversiteit kan worden toegekend en de druk op niet hernieuwbare grondstoffen (olie) kan worden verminderd. Ook hier geldt dat internationale samenwerking en afspraken van groot belang zijn (onder meer door de sterke afhankelijkheid van commodities als katoen).

3.4 Gezond blijven & beter worden

3.4.1 *Beleidsopgave domein (streefbeeld)*

Mensen blijven overall ter wereld (langer) gezond omdat zij zich zowel fysiek als psychisch wel bevinden. Zij eten en drinken gezond en gevarieerd, ze bewegen en ontspannen voldoende in een gezonde, groene en aantrekkelijke woon-, werk- en leefomgeving (zie verder bij eten & drinken, verplaatsen, recreëren, wonen).

Mensen die ziek worden gebruiken medicijnen waarbij vaak gebruik is gemaakt van biodiversiteit. Het onderzoek naar medicijnontwikkeling en nieuwe geneesmethoden m.b.v. biodiversiteit heeft een grote vlucht genomen. De bevolking in de landen van herkomst van

deze medicijnen plukt mede de vruchten van het verlenen van toegang tot het genetisch materiaal in hun landen. In de keten wordt betaald voor het gebruik van biodiversiteit middels een BTW (Biodiversiteits Toegevoegde Waarde). De opbrengsten hiervan worden deels geïnvesteerd in biodiversiteitsbehoud.

3.4.2 *Betrokken doelgroepen*

Wetenschap, farmaceutische industrie, artsenbezoekers, verzekeraars, artsen en consumenten. Zie verder doelgroepen bij eten en drinken, recreëren, wonen en ruimtelijk inrichten.

3.4.3 *Handelingsperspectieven*

Het handelingsperspectief binnen dit domein bevindt zich op het terrein van een betere en duurzame benutting van biodiversiteit voor de productie van medicijnen. Ook het benutten van biodiversiteit bij de productie van gewassen (zoals benutten bodemvruchtbaarheid en natuurlijke plaagbestrijding) vormt een handelingsperspectief. Andere belangrijke handelingsperspectieven bevinden zich binnen de domeinen eten & drinken, recreëren en ruimtelijk inrichten.

3.5 Wonen & tuinieren (incl. bedrijfshuisvesting)

3.5.1 *Beleidsopgave domein (streefbeeld)*

Er is overal ter wereld, te beginnen in Nederland, sprake van duurzaam wonen en duurzame bedrijfshuisvesting vanuit biodiversiteitsoptiek. Dit betekent dat waar mogelijk natuurlijke materialen worden toegepast in gebouwen en tuinen, maar tevens dat mondiaal en lokaal niet méér natuurlijke hulpbronnen worden onttrokken dan het reproductievermogen van ecosystemen toelaat.

Bij het ontwerpen van nieuwe of de renovatie van bestaande gebouwen en tuinen wordt een biodiversiteitsbril opgezet: gebouwen zijn maximaal energie- en waterefficiënt, er worden zoveel mogelijk materialen en natuurlijke hulpbronnen uit de eigen regio gebruikt en deze materialen worden herbruikbaar toegepast. Het ontwerp biedt ook leefmogelijkheden voor de lokale flora en fauna.

De lokale stedenbouwkundige (culturele) identiteit houdt direct verband met de lokale natuurlijke identiteit. Zowel door het materiaalgebruik als door het ontwerpen van gebouwen en tuinen als onderdeel van het lokale ecosysteem in relatie tot de directe omgeving.

Gebouwen, bedrijfsterreinen en tuinen maken daardoor niet alleen gebruik van biodiversiteit maar voegen ook biodiversiteitswaarde toe doordat zij een functie als leefgebied of corridor vervullen voor inheemse biodiversiteit.

Biodiversiteit voegt waarde toe aan woningen, gebouwen en de gebouwde omgeving en deze waarde wordt zowel inhoudelijk als in financiële termen zichtbaar gemaakt bij aan- en verkoop van woningen. In de keten wordt betaald voor het gebruik van biodiversiteit middels een BTW (Biodiversiteits Toegevoegde Waarde). De opbrengsten hiervan worden geïnvesteerd in biodiversiteitsbehoud.



3.5.2 *Betrokken doelgroepen*

Alle doelgroepen betrokken bij stedelijke ontwikkeling, woningbouw, stedelijk groen en tuinontwerp- en aanleg: overheden/opdrachtgevers, architecten en ontwerpers, energie- en waterbedrijven, bouwsector, makelaars, bouwmarkten, tuincentra, consumenten.

3.5.3 *Handelingsperspectieven*

Belangrijke handelingsperspectieven zijn een planning en ontwerp van nieuwbouw en bedrijfsterreinen die rekening houdt met en zo mogelijk bijdraagt aan de biodiversiteit en ecologische netwerken. Daarnaast vormen de toepassing van duurzaam geproduceerde en gedistribueerde materialen, het gebruik van inheemse soorten (gewassen in de tuin) en het benutten van functionele agrobiodiversiteit belangrijke handelingsperspectieven. Door bovendien zowel de bijdrage van woningen en bedrijfsterreinen aan biodiversiteit, als de waardevermeerdering van woningen en bedrijfslocaties door de aanwezigheid van biodiversiteit financieel te waarderen, kan behoud en duurzaam gebruik van biodiversiteit worden gestimuleerd.

3.6 Verplaatsen

3.6.1 *Beleidsopgave domein (streefbeeld)*

De noodzaak tot verplaatsen is tot een minimum teruggedrongen door gebruik te maken van telecommunicatie en de clustering van functies op één locatie. Verplaatsingen die toch plaatsvinden vinden zoveel mogelijk plaats via openbaar vervoer en duurzame vervoersmodaliteiten. Vliegen is sterk afgenomen, het gebruik van trein, boot en andere nieuwe vervoersmogelijkheden is sterk toegenomen. De infrastructuur die verplaatsing mogelijk maakt is zo ingericht dat fragmentatie van ecosystemen en habitats wordt voorkomen. Waar nodig zijn corridors gecreëerd voor de migratie van soorten. Verstoring van flora en fauna is tot een minimum teruggebracht door de toepassing van stille motoren. Deze motoren maken zeer efficiënt gebruik van duurzame energie, zoals zonnecellen en elektriciteit uit windenergie en waterkracht. De inzet van biomassa voor de productie van brandstoffen concurreert niet langer met voedselproductie en de productie vindt zodanig plaats (locatie en wijze van productie) dat een positieve bijdrage wordt geleverd aan de biodiversiteit. Eventuele resterende negatieve impacts op biodiversiteit worden gecompenseerd.

3.6.2 *Betrokken doelgroepen*

Wetenschap, vervoersbedrijven, overheid, terreinbeheerders, bedrijven (brandstofproductie, productie vervoersmiddelen), burger/consument.

3.6.3 *Handelingsperspectieven*

De belangrijkste handelingsperspectieven bestaan uit het beperken van de noodzaak tot verplaatsen, het beschikbaar maken van duurzame vormen van vervoer (ontwikkeling vervoersalternatieven en duurzame vervoermiddelen) en de ontwikkeling van een biodiversiteitsvriendelijke infrastructuur (nieuwe en bestaande infrastructuur).

3.7 Recreëren

3.7.1 *Beleidsopgave domein (streefbeeld)*

Voor alle wereldburgers is in de directe omgeving voldoende en aantrekkelijke biodiversiteit beschikbaar om te ontspannen en genieten in een gezonde, natuurlijke omgeving. Veel commerciële vormen van dag- en verblijfsrecreatie en toerisme hebben baat bij biodiversiteit en zijn zodanig ingericht dat de biodiversiteit duurzaam gebruikt wordt. Handel in exotische, bedreigde diersoorten is verdwenen.

In de commerciële recreatiesector wordt betaald voor het gebruik van biodiversiteit middels een BTW (Biodiversiteits Toegevoegde Waarde). De opbrengsten hiervan worden geïnvesteerd in biodiversiteitsbehoud.

3.7.2 *Betrokken doelgroepen*

Burgers, consumenten (recreanten en toeristen), bedrijven in de dagrecreatiesector en verblijfsrecreatiesector, handelaren in exotische dieren en planten, overheden

3.7.3 *Handelingsperspectieven*

De belangrijke handelingsperspectieven betreffen het op de juiste wijze sturing geven aan stromen toeristen en recreanten, het gebruik van inheemse soorten en duurzaam geproduceerde materialen (zoals duurzaam geproduceerd hout) bij het inrichten van recreatieve voorzieningen (zoals parken en tuinen), natuureducatie, de inzet van toerisme als een belangrijke reden voor het behoud van biodiversiteit en het vergroten van het aanbod aan biodiversiteitsvriendelijke vormen van vervoer, verblijf en vermaak.

3.8 Energie gebruiken

3.8.1 *Beleidsopgave domein (streefbeeld)*

Bij energieopwekking wordt uitsluitend gebruik gemaakt van duurzame energiebronnen zoals zon, wind, water en verantwoorde biomassa. Bedrijven en consumenten hebben hun energieverbruik en de CO₂-uitstoot sterk verminderd en gebruiken gezamenlijk niet meer energie dan duurzaam kan worden opgewekt. Het gebruik van energie is eerlijk verdeeld over de mondiale wereldbevolking.

Energieopwekking door de productie van biomassa gaat niet meer ten koste van biodiversiteit. Energieopwekking en –gebruik dragen niet meer bij aan de opwarming van het klimaat en de desastreuze effecten daarvan op biodiversiteit.

In de energieketen wordt betaald voor het gebruik van biodiversiteit middels een BTW (Biodiversiteits Toegevoegde Waarde). De opbrengsten hiervan worden geïnvesteerd in biodiversiteitsbehoud.

3.8.2 *Betrokken doelgroepen*

Consumenten, energieleveranciers, energieproducenten, bedrijven, overheden.

3.8.3 *Handelingsperspectieven*

De belangrijkste handelingsperspectieven binnen dit domein hebben betrekking op wijzigingen in consumptie (duurzamere/bewustere aankoop van energieverbruikende producten), het bewust maken van de burger van het eigen energieverbruik en de mogelijkheden energie te besparen en technische innovatie (ontwikkeling van producten met een laag energieverbruik).



3.9 Inkomen verdienen, geld uitgeven, sparen & beleggen

3.9.1 *Beleidsopgave domein (streefbeeld)*

Mensen en bedrijven die werkzaam zijn in sectoren die direct of indirect gebruikmaken van natuurlijke hulpbronnen en biodiversiteit, en daar hun inkomen mee verdienen, hechten grote waarde aan een duurzame en houdbare exploitatie van de hulpbronnen om zichzelf en hun kinderen een toekomst te geven.

Bij het besteden van hun inkomen letten mensen op een verantwoorde besteding van hun geld en zij kopen uitsluitend biodiversiteitsvriendelijke consumptiegoederen. Het inkomen dat zij overhouden wordt gespaard en belegd in groene spaar- en beleggingsproducten met een expliciete biodiversiteitsstoets. Ook pensioenfondsen zijn onder maatschappelijke druk van werkgevers, werknemers en politiek transparanter geworden in hun beleggingen en houden expliciet rekening met biodiversiteitscriteria.

3.9.2 *Betrokken doelgroepen*

Werknemers, consumenten, bedrijven, financiële instellingen (banken, verzekeraars, pensioenfondsen), overheden.

3.9.3 *Handelingsperspectieven*

Wanneer het gaat om inkomen verdienen vormt het oppakken van de economische kansen die een duurzaam gebruik van biodiversiteit biedt een belangrijk handelingsperspectief (innovatie, waaronder het aanbieden van diensten gericht op behoud en duurzaam gebruik van biodiversiteit). Door een duurzame consumptie mogelijk te maken en te stimuleren kan het met dit inkomen verdiende geld op een verantwoorde manier worden besteed (zie alle andere domeinen). Belangrijke handelingsperspectieven rond sparen en beleggen zijn de ontwikkeling en promotie van 'groene' spaarproducten en beleggingsproducten en de verduurzaming van mainstream beleggingen, kredietverstrekking en projectfinanciering (opname biodiversiteitscriteria). Belangrijk is dat deze 'groene' producten een inhoudelijke biodiversiteitsstoets doorstaan. De aandacht voor een (internationaal) level playing field verdient hierbij extra aandacht om 'parallele' systemen van financiering zonder aandacht voor biodiversiteit te voorkomen.

3.10 Ruimtelijk inrichten

3.10.1 *Beleidsopgave domein (streefbeeld)*

Overall ter wereld is biodiversiteit een belangrijk criterium en een belangrijke kans bij regionale ruimtelijke ontwikkeling. Regionale ontwikkeling wordt integraal benaderd en gaat niet langer ten koste van ecosystemen en de levensvoorwaarden van biodiversiteit. Bij regionale ontwikkeling wordt bezien hoe biodiversiteit kan helpen om de verschillende andere functies te vervullen (bijv. landbouw, wonen, waterberging en –buffering, erosiebestrijding) en wordt – ongeacht de 'primaire' functie van het gebied – biodiversiteit benut om kwaliteiten en functies toe te voegen aan de ruimte. Daarbij wordt de ruimtelijk-ecologische samenhang met het omliggende gebied in ogenschouw genomen. Bij gebiedsontwikkeling t.b.v. andere functies dan de ecologische functies van biodiversiteit worden milieuvoorwaarden gesteld om de aanwezige biodiversiteit in het gebied - en de omgeving die beïnvloed wordt door de regionale ontwikkelingen - te beschermen.

Ecologisch gezien unieke en waardevolle gebieden ('hot spots') worden aangewezen als 'no go areas' voor (grootschalige) ontwikkeling van andere functies in het gebied en/of de omgeving daarvan.

3.10.2 *Betrokken doelgroepen*

Alle doelgroepen en partijen betrokken bij ruimtelijk beleid, planvorming en realisatie.

3.10.3 *Handelingsperspectieven*

De handelingsperspectieven met betrekking tot ruimtelijk inrichten bevinden zich in belangrijke mate in de beleids- en planvormingsfase waarin de inrichting kan worden afgestemd op ecologische structuren en de instandhouding en versterking van biodiversiteit. Bij de realisatie van de inrichting en het onderhoud kan vervolgens worden aangesloten bij de handelingsperspectieven die beschikbaar zijn in het kader van eten en drinken (zoals het realiseren van een duurzame landbouw), wonen (en bedrijventerreinen), recreëren en aanleg van groen,

3.11 Lange termijn communicatieopgave

De lange termijn communicatieopgave zal verschillen per domein, maar ook veel gelijke elementen kennen. Hieronder volgt een overzicht van de elementen die voor ieder domein waarschijnlijk aan de orde zullen komen. De beschrijvingen van de streefbeelden, betrokken doelgroepen en handelingsperspectieven per domein kunnen worden gebruikt bij het verder uitwerken van deze elementen op het moment dat de communicatie binnen een domein wordt opgepakt. Het is van belang dat dan streefbeelden beschikbaar zijn die een proces gericht op breder draagvlak hebben doorgemaakt.

- ▶ **Bewustwording functionele karakter van biodiversiteit**
Een belangrijke communicatieopgave is de doelgroepen bewust te maken van de functies van biodiversiteit in relatie tot het handelingsdomein (zie tabel in 2.2) én de invloed die een domein kan hebben op andere functies van biodiversiteit (met andere belanghebbenden). Deze communicatieopgave wordt ook expliciet in het BB benoemd. Dit is een communicatieopgave die, gezien de beperkte kennis op dit gebied bij de meeste doelgroepen, niet op korte termijn kan worden gerealiseerd. Deze lange termijn communicatieopgave zal ook een integraal onderdeel moeten vormen van de communicatieactiviteiten op de korte termijn. Daarnaast kan deze communicatieopgave zich mogelijk lenen voor massamediale draagolfcampagnes.

- ▶ **Bewustwording van het 'hier en nu en daar en later'**
Doelgroepen dienen bewust te worden gemaakt van het feit dat hun handelen van invloed kan zijn op het 'hier en nu', maar ook op het 'daar en later'. Biodiversiteitsverlies kan heel direct zichtbaar zijn in de omgeving van de doelgroep, maar ook relatief onzichtbaar optreden in de keten. De effecten van dit 'onzichtbare' verlies kunnen in de toekomst duidelijk zichtbaar worden wanneer prijzen voor grondstoffen gaan stijgen (schaarste) en producten/diensten soms in het geheel niet meer beschikbaar zullen zijn (denk aan sommige vissoorten). De aandacht voor de beschikbaarheid van ecosysteemdiensten voor toekomstige generaties en voor de belanghebbenden in de landen waar het biodiversiteitsverlies opreedt vormt hier een belangrijk aandachtspunt.



Doelgroepen dienen zich bewust te zijn van deze daar en later effecten om het draagvlak voor het hier en nu handelen te vergroten.

- ▶ **Bewustwording van de verantwoordelijkheid van de doelgroep**
Binnen ieder domein zijn er meerdere doelgroepen die een eigen specifieke verantwoordelijkheid hebben in de productieketen. Het bewust maken van deze verantwoordelijkheid is een belangrijke lange termijn opgave die mede samenhangt met de twee voorgaande elementen. Hierbij is het van belang dat met het toekennen van de verantwoordelijkheid tevens een handelingsperspectief wordt geboden (zie volgende twee punten).
- ▶ **Stimuleren van het beschikbaar komen van alternatieven**
Communicatie kan ertoe bijdragen dat alternatieven voor niet duurzaam gedrag beschikbaar komen. De samenhang met de voorgaande communicatieopgaven is evident. Door doelgroepen bewust te maken van de relaties tussen een domein en biodiversiteit, hun verantwoordelijkheid in de keten en inzicht te geven in de kansen en bedreigingen, kan actie worden gestimuleerd. Pas wanneer (aantrekkelijke) alternatieven beschikbaar komen (duurzame producten en diensten, instrumenten om de juiste keuzes te maken bij ruimtelijke ontwikkeling, etc.) kan invulling worden gegeven aan de handelingsperspectieven. Dit is (ook) een lange termijn communicatieopgave (streven naar innovatie, verbetering).
- ▶ **Stimuleren van het gebruik van alternatieven**
Voor elk van de domeinen geldt dat de handelingsperspectieven ook onder de aandacht zullen moeten worden gebracht van de doelgroepen, al dan niet voorzien van de redenen waarom dit handelen gewenst is. Dit kan een korte termijn communicatieopgave zijn waar het gaat om het communiceren van de beschikbaarheid van concreet beschikbare handelingsperspectieven ('koop biologisch vlees'). Het beïnvloeden van gedrag is echter tevens een continue lange termijn opgave, zeker in een situatie waarin de duurzame handelingsperspectieven nog minder aantrekkelijk zijn dan de gangbare (minder duurzame) alternatieven.



4 Case-analyses specifieke handelingspraktijken korte termijn

4.1 Inleiding

Om inzicht te krijgen in de verwachtingen ten aanzien van concrete handelingspraktijken, de betrokken doelgroepen en de hieraan gekoppelde korte termijn communicatieopgaven is een meer gedetailleerde analyse nodig van specifieke handelingspraktijken. Een dergelijke analyse kan hier alleen voorbeeldsgewijs worden gedaan gezien de breedte van de diverse handelingspraktijken. Om deze reden is een selectie gemaakt van enkele cases, gebaseerd op de BB-prioriteiten. Deze casestudies laten zien hoe de korte termijn communicatieopgave kan worden vastgesteld op basis van de beleidsopgave, de betrokken doelgroepen, de nulsituatie, de rol van communicatie en de stand van zaken rond communicatie.

Achtereenvolgens komen aan de orde:

- ▶ Duurzame visconsumptie en visserijketens (4.2)
- ▶ Duurzame Handelsketens en Biodiversiteitsvriendelijk Wonen in relatie tot het tropisch regenwoud (4.3)
- ▶ Duurzaam toerisme (4.4)
- ▶ Functionele Agrobiodiversiteit (4.5)

Vergelijkbare analyses zullen nodig zijn om voor andere handelingspraktijken de communicatieopgave vast te stellen. Deze analyses zullen bijvoorbeeld in samenwerking met de betrokken doelgroepen kunnen worden uitgevoerd als voorbereiding op een op te stellen communicatieplan (bijvoorbeeld voor de BB prioriteiten).

4.2 Casus Duurzame Visconsumptie en visserijketens

Er bestaat in kringen van beleidsmakers, onderzoekers, maatschappelijk organisaties en private partijen brede consensus over de grote druk waaronder het mariene ecosysteem wereldwijd staat. Overbevissing wordt in dit verband genoemd als één van de belangrijkste oorzaken. De urgentie van het probleem wordt door betrokken partijen, waaronder de visserijsector die vreest voor haar voortbestaan, onderkend. Maatschappelijke organisaties op het gebied van natuur en milieu hebben de afgelopen jaren een belangrijke rol gespeeld in het vragen van publieke aandacht voor dit probleem.

Het samenspel van bovenstaande factoren heeft ertoe geleid dat er op dit moment veel beweging is rondom het thema duurzame visserij. In deze casus beschrijven wij welke handelingsperspectieven in verband gebracht kunnen worden met het beleidsterrein mariene biodiversiteit en het daaraan gekoppelde probleem van overbevissing en welke doelgroepen van het rijksbiodiversiteitsbeleid daarbij betrokken zijn. Op deze wijze komen wij tot een communicatieopgave toegespitst op duurzame visconsumptie, visserijketens en mariene biodiversiteit.

4.2.1 *Beleidsopgave korte termijn*

In het nieuwe Beleidsprogramma Biodiversiteit 2008-2011 is het onderwerp mariene biodiversiteit en visserijketens als prioritair thema aangemerkt en zijn doelstellingen voor de korte termijn vastgelegd.

Het Kabinet zal zich inzetten om binnen de nationale wateren uiterlijk in 2011 de volgende resultaten te hebben gerealiseerd:

- ▶ Uitvoering van het Beleidsprogramma voor een duurzame visserij, onder andere door de inzet van maatregelen voor vernieuwing, verduurzaming, innovatie en sanering onder het Europees Visserijfonds (EVF).
- ▶ Bijvangst van commercieel niet-interessante vis (discards) zullen aanzienlijk verminderen.
- ▶ Het van toepassing maken van de Natuurbeschermingswet in de Nederlandse Economisch Exclusieve Zone, onder andere ten behoeve van de totstandkoming van een netwerk van mariene beschermd gebieden in het Nederlandse deel van de Noordzee.
- ▶ Het Kabinet zal uiterlijk in 2009, mede op basis van Europees-rechtelijke en andere internationale verplichtingen²⁵, gebieden met een bijzonder belang voor de biodiversiteit aanwijzen en beschermen in het Nederlandse deel van de Noordzee.
- ▶ Het bijdragen aan de aanpak van kwaliteitsverbetering in OSPAR-kader, onder meer door operationalisatie van de ecologische kwaliteitsdoelen.

Het Kabinet wil in de internationale samenwerking uiterlijk in 2011 de volgende resultaten hebben bereikt:

- ▶ Een internationaal, juridisch bindend, instrumentarium voor havenstaten tegen en een mondiale database van schepen die betrokken zijn bij illegale, ongerapporteerde en ongereguleerde visserij (IUU-visserij).
- ▶ Betere tracking en tracing van handel in illegaal gevangen vis, o.a. door coördinatie en samenwerking tussen regionale visserijbeheerorganisaties (RFMOs)¹, alsmede tussen deze organisaties en FAO, CITES, en inkooporganisaties.
- ▶ Capaciteitsopbouw in ontwikkelingslanden ter ondersteuning van duurzaam visserijbeheer en handhaving van IUU-visserij.
- ▶ De onafhankelijke review van het functioneren van, de aanpassing van mandaten van en uitwisseling van best practices tussen RFMOs;
- ▶ Het behoud van mariene biodiversiteit en duurzame visserij worden als gelijkwaardig uitgangspunt geïmplementeerd in RFMOs en in het gemeenschappelijk visserijbeleid van de EU (GVB).
- ▶ Het vormgeven van een integraal regime voor bescherming en duurzaam gebruik van mariene biodiversiteit in zeegebieden buiten nationale rechtsmacht.
- ▶ Het vormgeven van een geconsolideerd systeem voor aanwijzing (criteria, classificatiesystemen) en beheer (UNCLOS Implementation Agreement Biodiversity) van Marine Protected Areas (MPAs) in gebieden buiten nationale rechtsmacht;
- ▶ De totstandkoming van een netwerk van mariene beschermd gebieden in de Noord-Atlantische (met name OSPAR/NEAFC) en West-Afrikaanse regio.
- ▶ Het bijdragen aan duurzame ecoregionale ontwikkeling op het gebied van mariene ecosystemen in minstens één prioritaire regio, te beginnen in West-Afrika.
- ▶ Het uitvoeren van de aanbevelingen van de ronde tafel vismeel- en visolieketen in relatie tot duurzame aquacultuur en bijdragen aan instrument- en capaciteitontwikkeling bij deze keten.



Opvallend is dat geen van de geformuleerde korte termijn resultaten direct betrekking heeft op de doelgroep burgers of consumenten of op schakels in de handels- of productie-consumptieketen die direct met consumenten als eindgebruikers in contact staan (horeca en detailhandel). De beoogde effecten zijn gedefinieerd op een hoger niveau in de productie-consumptieketen of op het overkoepelende niveau van internationale beleidsregimes. Beleidsdoelen zijn vooral gericht op internationale regulering en op het stimuleren van een andere organisatie, een ander ontwerp van de visserijsector.

4.2.2 *Betrokken doelgroepen*

Verschillende doelgroepen van actoren zijn betrokken, of zouden dat moeten zijn, bij duurzame visconsumptie.

Burgers

Spelen een rol als politiek burger op nationaal en internationaal schaalniveau en als natuurvrijwilliger en expert rondom mariene biodiversiteit (bijvoorbeeld in de monitoring van specifieke soorten). Zo voert de vrijwilligerstichting Anemoon bijvoorbeeld het Monitoringproject Onderwater Oever uit. Periodiek observeren vele tientallen sportduikers zeeanemonen, poliepen, kwallen, krabben, weekdieren, kreeften en vissen.

Overheden

Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit, Ministerie van Volkshuisvesting Ruimtelijke Ordening en Milieu, Rijkswaterstaat, Ministerie van Buitenlandse Zaken, Ministerie van Economische Zaken, gerelateerde interdepartementale projecten (bijvoorbeeld uit de transitie biodiversiteit).

Bedrijven

Bedrijven zijn nader onder te verdelen aan de hand van de positie in de handelingsketen.

- ▶ Leveranciers van grondstoffen: Productschap Vis, Federatie van visserijverenigingen (Urk), Nederlandse vissersbond.
- ▶ Producenten: Unilever, Nutreco.
- ▶ Aanbieders: Detailhandel, Visgilde (vereniging van viswinkels) en Horeca.
- ▶ Certificeringorganisaties zoals MSC, Waddengoud, Milieukeur, EKO, Nordic Swan etc.

Consumenten

Zijn als eindgebruiker van al dan niet duurzame vis eveneens van centraal belang in deze casus.

Maatschappelijke organisaties

Spelen een rol in de communicatie over visconsumptie en mariene biodiversiteit en zijn in een aantal gevallen drijvende kracht achter duurzame innovaties in de handelingsketen visconsumptie. Voorbeelden hiervan zijn de VISwijzer van Stichting de Noordzee en het duurzaamheidskeurmerk Waddengoud van de Stichting Waddengroep. Andere maatschappelijke organisaties actief in deze handelingspraktijk zijn: Greenpeace, Stichting de Noordzee, WNF, IUCN, Milieucentraal.

Kennisinstellingen

IMARES, LEI, Fish IC, Naturalis en Innovatie Netwerk Ruimte verrichten strategisch en / of toegepast onderzoek naar mariene biodiversiteit en duurzame economisch ontwikkeling voor de Nederlandse visserijsector.

4.2.3 Nulsituatie handelingsperspectieven

Burgers

Op dit moment zijn er voor burgers die willen bijdragen aan duurzame visconsumptie de volgende handelingsperspectieven:

- ▶ Deelnemen aan en ondersteunen van campagnes en activiteiten van maatschappelijke organisaties gericht op behoud en duurzaam gebruik van mariene biodiversiteit. Bijvoorbeeld als donateur, als deelnemer in een briefencampagne of als vrijwilliger.
- ▶ ondersteunen van (beleids)initiatieven voor aanwijzing van reservaten en beschermde gebieden op zee.

Overheden

Een vertaling van de in de Beleidsnota Biodiversiteit 2008-2011 beoogde korte termijn beleidseffecten in handelingsperspectieven, levert voor de doelgroep overheden de volgende lijst op:

- ▶ ontwikkelen van instrumentarium tegen illegale visserij en verscherpt toezicht op de visserijsector;
- ▶ formuleren en implementeren van internationale beleid voor bescherming en duurzaam gebruik van mariene biodiversiteit;
- ▶ aanwijzen van reservaten en totstandkoming van netwerken van beschermde gebieden.

Op deze terreinen worden op dit moment al initiatieven ontwikkeld. Zo zijn in het Integraal Beheerplan Noordzee 2015 bijvoorbeeld al vier gebieden met een beschermde status aangewezen en wordt gewerkt met regionale visserijbeheerorganisaties.

Bedrijven

Ook zijn uit de korte termijn beleidsdoelstelling handelingsperspectieven voor bedrijven in de visketen af te leiden:

- ▶ verduurzaming van visserijmethoden (bijvoorbeeld vermindering discards);
- ▶ verduurzaming van aquacultuur via een ketenbenadering;
- ▶ verduurzaming van lokale economieën gebaseerd op de visserij. Concrete perspectieven hiervoor moeten lokaal worden ontwikkeld.

Los van de tekst van het Beleidsprogramma Biodiversiteit 2008-2011 kunnen nog een aantal handelingsperspectieven voor bedrijven genoemd worden:

- ▶ Het verstrekken van goede productinformatie aan consumenten omtrent de duurzaamheidsaspecten van het visproduct.
- ▶ Uitoefenen van druk binnen de keten voor visserijmethoden die behoud, duurzaam gebruik en rechtvaardige verdeling van hulpbronnen uit mariene ecosystemen bevorderen.
- ▶ Ondersteuning van (beleids)initiatieven voor aanwijzing van reservaten en beschermde gebieden op zee.



Met ondersteuning van overheden worden op dit moment maatregelen voor vernieuwing, verduurzaming, innovatie en sanering in de visserijsector doorgevoerd. Ook (verenigingen van) vissers zelf, ontwikkelen diverse initiatieven op dit vlak. Op de website van het Productschap Vis wordt verwezen naar het belang dat de visserijsector heeft bij het behoud van visbestanden voor de toekomst en worden voorbeelden gegeven van duurzame initiatieven vanuit de sector. De sector blijkt in toenemende mate gevoelig is voor maatschappelijk instemming (license to produce). Ook op de schakel naar de consument is beweging. Op 11 december 2007 verscheen een persbericht van Centraal Bureau Levensmiddelen (de belangenbehartiger van de levensmiddelen branche) met de volgende inhoud: "Nederlandse supermarkten verkopen per 2011 alleen nog duurzaam gevangen vis die voldoet aan de normen van de Marine Stewardship Council (MSC)".

Consumenten

De in de nota geformuleerde beleidsprioriteiten leiden niet direct tot duurzame handelingsperspectieven voor consumenten met het oog op beheer, duurzaam gebruik en rechtvaardige verdeling van de mariene biodiversiteit. Deze zijn er echter wel, ook kijkend naar de 'duurzame innovaties' die op dit moment beschikbaar zijn in de aan visserij gerelateerde ketens en beleidsvelden. Consumenten kunnen:

- ▶ Bij de aankoop van vis (in horeca en detailhandel) aandacht besteden aan duurzaamheidsaspecten van hun aankoop, door te kijken naar keurmerken (MSC), de herkomst van vis en door gebruik te maken van de viskalender (welke vis is in het seizoen?) en de VISwijzer.
- ▶ Niet duurzame vis (in termen van visstanden, vangst- en kweekmethoden of herkomst) boycotten (of eigenlijk buy-cotten).
- ▶ Negatieve impact op mariene ecosystemen bij eigen toeristische activiteiten gerelateerd aan de visserij voorkomen.
- ▶ Hun visconsumptie matigen en zo bijdragen aan het tegengaan van overbevissing.

Niet elk van de bovenstaande handelingsperspectieven wordt ook vanuit de bij het biodiversiteitsbeleid betrokken departementen gepropageerd. Zo wordt de consumptie van vis juist aangemoedigd als een gezond alternatief voor vlees. Overigens wordt door bijvoorbeeld het Voedingscentrum tegenwoordig wel opgemerkt dat de consumptie van vis belastend is voor het milieu en dat bij sommige vissoorten de biodiversiteit in het geding is.

Het is moeilijk een absoluut beeld te geven van de mate waarin de handelingsperspectieven op dit moment door burgers benut worden. Wel blijkt uit gegevens van Stichting de Noordzee dat in 2007 ruim 3 miljoen VISwijzers verspreid zijn. Daarnaast worden er veel VISwijzers gedownload van de website van het Wereld Natuur Fonds (zo'n 20.000 in de periode september tot en met november 2007). WNF heeft in 2006 onderzoek gedaan (naar aanleiding van een campagne) over het gebruik van de VISwijzer. Uit de resultaten van dat onderzoek blijkt dat 23% van de Nederlanders handelt naar de VISwijzer. Hoe dit cijfer precies tot stand gekomen is blijft echter onduidelijk.

4.2.4 Rol communicatie

Communicatie is een belangrijk instrument in de verduurzaming van visconsumptie en de benutting van de daaraan gerelateerde handelingsperspectieven voor de verschillende doelgroepen.

Communicatie kan op een aantal niveaus ingezet worden:

- ▶ De betrokken doelgroepen moeten zich ervan bewust zijn dan visproductie –en consumptie invloed heeft op de mariene biodiversiteit.
- ▶ Betrokken doelgroepen moeten over voldoende kennis beschikken om de relatie tussen biodiversiteit en visconsumptie te doorgronden en te overzien met welke andere maatschappelijk en beleidsmatige thema's het onderwerp samenhangt, zoals ontwikkelingssamenwerking, piraatvisserij etc.
- ▶ Om draagvlak te creëren voor maatregelen voor duurzame visconsumptie moeten de doelgroepen de ernst van het huidige en potentiële verlies aan mariene biodiversiteit ten gevolge van visconsumptie herkennen en erkennen.
- ▶ Tot slot moeten doelgroepen kennis hebben over de manier waarop zijn hun gedrag duurzaam kunnen veranderen. Dit kan afhankelijk van de doelgroep verschillende vormen aannemen: stemmen, kopen, produceren, beleid maken.

Communicatie moet echter gevoed en geflankeerd worden door andere beleidsinstrumenten. Zo heeft het weinig zin om met consumenten te communiceren over het belang van duurzame visaankoop als er geen producten beschikbaar zijn die de consument als duurzaam kan herkennen en vervolgens aanschaffen. Stimulering van duurzaam aanbod en het geven van financiële prikkels voor duurzaam aankoopgedrag zijn voorbeelden van instrumenten die de overheid hierbij kan inzetten. Ook voor de visserijsector geldt dat zij pas over zal gaan tot duurzame gedragsverandering indien daarvoor gunstige alternatieven binnen handbereik liggen, bijvoorbeeld via techniekontwikkeling of overgangsregelingen, of doordat zij hiertoe 'gedwongen' wordt door bijvoorbeeld door de afkondiging van moratoria of quota.

Om een duurzame transitie van visconsumptie en –productie mogelijk te maken zal met andere woorden ook gebruik gemaakt moeten worden van financieel-economische instrumentarium (bijvoorbeeld subsidies), regelgeving, organisatorische instrumenten (bijvoorbeeld oprichting van een innovatienetwerk) en eventueel fysieke voorzieningen (bijvoorbeeld gedeelde faciliteiten voor duurzame visserij).

4.2.5 *Stand van zaken communicatie en communicatieopgave*

Belangrijke zenders van communicatie over duurzame visconsumptie zijn op dit moment vooral maatschappelijke organisaties. Zij communiceren met bedrijven, consumenten en burgers via acties, voorlichting en met concrete handreikingen. Greenpeace-actievoerders bezetten in december 2007 bijvoorbeeld het dak van het C1000-hoofdkantoor en eisten dat C1000 per direct bedreigde vis als de Noordzee-kabeljauw uit de schappen haalt en een duurzaam inkoopbeleid opstelt. Milieucentraal legt op haar website uit dat vis lange tijd gold als een milieuvriendelijk alternatief. Maar dat dit door overbevissing, intensieve visserijmethodes, diergeneesmiddelen en energieverbruik bij kweek niet meer in zijn algemeenheid opgaat. De volgende mogelijkheden voor duurzaam gedrag worden op de internetpagina gepresenteerd aan consumenten: let op keurmerken; gebruik de VISwijzer; let op het etiket voor informatie over herkomst; en eet vis van het seizoen. Andere maatschappelijke organisaties zoals WNF en IUCN verstrekken gelijksoortige informatie aan burgers en consumenten, maar zijn daarnaast ook met overheden en bedrijfsleven in gesprek over verduurzaming van de visserij en visconsumptie.



Ook rijksoverheden zijn actief in de communicatie over duurzame visserij, onder andere via platforms, regelingen en beleidsafspraken. Gesprekspartners zijn daarbij vooral bedrijven, maatschappelijke organisaties en andere overheden. Op het terrein van mariene biodiversiteit en duurzame visserij spelen overheden nauwelijks een directe rol spelen in de communicatie naar burgers en consumenten. Niet op het gebied van bewustzijnsverhoging waar het bijvoorbeeld de huidige hoge druk op mariene ecosystemen betreft en evenmin op het gebied van mogelijke duurzame handelingsperspectieven voor burgers. Wel zijn er een aantal initiatieven geweest om signalen vanuit de doelgroep burgers rondom mariene biodiversiteit en visconsumptie zichtbaar te maken voor beleidsmakers (bijvoorbeeld LNV Consumentplatform en VROM via het Programma Beleid met Burgers). In het algemeen concluderen wij dat vanuit het perspectief van de burger-consument de overheid als speler op dit moment nauwelijks zichtbaar is in het streven naar behoud, duurzaam gebruik en eerlijke verdeling van mariene biodiversiteit. En dit terwijl 'achter de schermen' wel actief gewerkt wordt aan het realiseren van internationale beleidskaders en instrumentarium voor een duurzame visserij. Het feit dat hierover niet of nauwelijks gecommuniceerd wordt is wellicht een gemiste kans.

Het bedrijfsleven heeft, een aantal koplopers daargelaten, geen prominente positie in de communicatie over visconsumptie en mariene biodiversiteit.

In termen van biodiversiteitsaspecten ontbreekt de dimensie 'eerlijke verdeling' van mariene hupbronnen bijna geheel in de communicatie. Een aantal maatschappelijke organisaties wijst op het recht van toekomstige generaties om vis te kunnen eten. De positie van ontwikkelingslanden en de zorgwekkende toestand van de internationale mariene biodiversiteit wordt echter nagenoeg niet belicht in communicatie die direct gericht is op burgers en consumenten. (IUCN is op dit terrein overigens wel actief). Dit is opmerkelijk daar de vis die de Nederlandse consument eet nauwelijks nog afkomstig is uit Nederlandse aanvoer en het bij visconsumptie primair gaat om internationale handelsketens. Ook het niveau van genetische biodiversiteit wordt in communicatie richting burgers en consumenten onderbelicht. Uitzondering is de internetpagina van Milieucentraal waarop het risico van genetische vervuiling bij viskweek in open water wordt genoemd.

4.2.6 *Communicatieopgave*

Op basis van bovenstaande komen wij tot de volgende aanbeveling voor communicatie over duurzame visconsumptie, visserijketens en mariene biodiversiteit.

- ▶ Door middel van algemene voorlichting over de relatie tussen visconsumptie en de functies en diensten van mariene biodiversiteit moet het bewustzijn en kennisniveau van de huidige problematiek bij burgers vergroot worden. Hiermee wordt de basis gelegd voor draagvlak voor maatregelen ten behoeve van een duurzame visserij en voor de bereidheid tot het zelfstandig ondernemen van actie in de rol van consument, donateur, vrijwilliger, of medewerker van een bedrijf of overheid.
- ▶ Vervolgens is gecoördineerde communicatie vanuit overheid, bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties vereist om duurzame mogelijkheden bij burgers en consumenten op het juiste moment en op de juiste plaats onder de aandacht te brengen.
- ▶ Gecommuniceerde handelingsperspectieven voor consumenten moeten meer divers worden. Zij zijn op dit moment in hoofdzaak gericht op de aankooprol van consumenten

en presenteren in dit verband met name keurmerken als een handreiking voor het maken van een verantwoorde keuze. 'Eet geen vis' wordt als handelingsperspectief overigens niet genoemd. In de communicatie over de bedreiging van mariene biodiversiteit wordt niet of nauwelijks de link gelegd met toerisme en klimaatverandering. Handelingsperspectieven voor consumenten die hierop inhaken, worden dan ook niet gecommuniceerd in dit verband.

- ▶ In een dialoog met bedrijven moet meer aandacht besteed worden aan het verkrijgen en behouden van een maatschappelijk 'license to produce'. Bij deze dialoog moeten naast overheden en maatschappelijke organisaties ook burger-consumenten betrokken zijn.

4.3 Casus Duurzame Handelsketens en Biodiversiteitsvriendelijk Wonen

In de Beleidsnota Biodiversiteitsbeleid 2008-2011 verwoordt het Kabinet het streven om de Nederlandse handel met het buitenland 'duurzaam-inclusief' te maken. Dit houdt in dat ook in internationale handel sociale, economische en ecologische aspecten meegewogen worden in de te nemen beleidsbeslissingen van de overheid, bedrijven en maatschappelijke organisaties. Dit streven wordt ingegeven door de grote impact van Nederlandse activiteiten op biodiversiteit buiten onze grenzen. Zo vormt de productie van bepaalde grondstoffen op dit moment een ernstige bedreiging van biodiversiteit in het tropisch regenwoud. In de nota wordt in relatie tot internationale handelsketens en biodiversiteit de nadruk in dit verband gelegd op hout en de agro-ketens, waaronder de palmolieketen. Deze ketens beïnvloeden de biodiversiteit direct, terwijl ze anderzijds gebruik maken van die biodiversiteit.

De mate van duurzaamheid van handelsketens grijpt in op alle handelingspraktijken die een materiele component hebben. Zo kan een duurzame handel in (zeldzame) medicinale planten onze gezondheid in de toekomst mede bepalen en heeft de productie van biobrandstoffen in Zuid-Amerika invloed op de duurzaamheid van ons verplaatsingsgedrag in Nederland. Er kunnen met andere woorden talloze handelingsperspectieven gekoppeld worden aan het beleidsstreven van duurzame handelsketens voor het behoud van biodiversiteit. Om dit te illustreren kiezen wij er voor om hier een beperkt aantal handelsketens die kunnen leiden tot biodiversiteitsverlies in het tropisch regenwoud, specifiek die van hout en palmolie, te koppelen aan de handelingspraktijk Wonen. Op deze wijze komen wij tot een communicatieopgave toegespitst op duurzame internationale handelsketens in hout en palmolie en biodiversiteitsvriendelijk wonen.

4.3.1 *Beleidsopgave korte termijn*

Het Beleidsprogramma noemt, toegespitst op de handelsketens van hout en palmolie de volgende korte termijn beleidsdoelstellingen, uiterlijk te bereiken in 2011:

- ▶ Uiterlijk in 2011 wil het Kabinet, naar aanleiding van een op te stellen advies hierover van de taskforce 'Biodiversiteit en natuurlijke hulpbronnen', afspraken maken met het bedrijfsleven over de benodigde transitie in ons omgaan met biodiversiteit binnen de economische ketens hout en palmolie.
- ▶ De overheid zal vanaf 2010 alleen duurzaam geproduceerd hout inkopen. Daarnaast streeft het Kabinet er naar dat het aandeel duurzaam geproduceerd hout op de Nederlandse markt in 2011 minimaal 50% is.



Deze doelstelling is gebaseerd op het huidige aandeel duurzaam geproduceerd hout op de Nederlandse markt, de mogelijkheden van het beschikbare instrumentarium om het gebruik van duurzaam geproduceerd hout te bevorderen en initiatieven vanuit het bedrijfsleven zelf.

- ▶ De verduurzaming van de productie van biomassa en biobrandstoffen, zowel nationaal als internationaal.
- ▶ Verduurzaming van de import van palmolie als biomassagewas met als doel duurzame productie te bevorderen.
- ▶ Integratie van kleine producenten buiten de Europese Unie in duurzame ketens, waaronder duurzame palmolie en hout.
- ▶ Inbedding van duurzaamheidscriteria in internationale context, met name bij de WTO en EU (Gemeenschappelijk Landbouwbeleid). Ingebracht zal daar worden om ruimte te bieden voor certificering van duurzaam geproduceerde palmolie met als doel het bevorderen van duurzame productie.

De nadruk lijkt binnen de geformuleerde beleidsdoelen te liggen op verduurzaming van de aanbodkant van handelsketens en op de eigen consumptie van de rijksoverheid (voorbeeldrol). Zo wordt met de invoering van certificering beoogd duurzame productie te bevorderen. Uit de geformuleerde korte termijn effecten valt af te leiden dat de overheidsrol in dit verband vooral gedefinieerd wordt als die van beleidspartner in internationale instituties, als partner voor het bedrijfsleven en in iets mindere mate (internationale) non-gouvernementele organisaties. Hoewel ook burgers en consumenten als eindgebruiker van hout en palmolieproducten deel uitmaken van (internationale) handelsketens heeft geen van de geformuleerde korte termijn resultaten direct betrekking op deze doelgroep.

De in het Beleidsprogramma Biodiversiteit geformuleerde algemene lange termijn doelstellingen van het bevorderen van participatie en kennis voor biodiversiteit bieden wel aangrijpingspunten voor het betrekken van de doelgroep burgers, mits vertaald naar de inhoud van het specifieke prioritaire thema.

4.3.2 Betrokken doelgroepen

Verschillende doelgroepen van actoren zijn betrokken, of zouden dat moeten zijn, bij verduurzaming van internationale handelsketen voor biodiversiteitsvriendelijk wonen.

Burgers

Spelen in deze casus een rol als politiek burger op nationaal en internationaal schaalniveau en als donateur van maatschappelijke organisaties die actief zijn in bescherming van het tropisch regenwoud en de verduurzaming van internationale handel.

Overheden

Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit, Ministerie van Volkshuisvesting Ruimtelijke Ordening en Milieu, Ministerie van Buitenlandse Zaken en Ministerie van Economische Zaken. Daarnaast zijn internationale overheden, zoals de Europese Unie, belangrijke spelers in internationale handelsregimes.

Bedrijven

Leveranciers van hout en palmolie (bijvoorbeeld plantagehouders), verwerkende industrie, distributeurs zoals bouwmarkten, energieaanbieders en detailhandel en certificeringsorganisaties, zoals FSC en Milieukeur.

Consumenten

Zijn als eindgebruiker van al dan niet duurzaam hout en palmolieproducten (waaronder groene stroom) van centraal belang in deze casus.

Maatschappelijke organisaties

Nationale en internationale organisaties, zoals IUCN, Both ENDS, WNF, Greenpeace, Hivos, Solidaridad, Stichting Amazone, Milieudefensie, Milieucentraal spelen een rol in de monitoring van en communicatie over biodiversiteitsverlies in het tropisch regenwoud en zijn betrokken ontwikkeling van en communicatie over duurzame alternatieven in de handelingspraktijk wonen.

4.3.3 Nulsituatie handelingsperspectieven

De handel in hout en palmolie is in vergelijking met de handel in visserijproducten complex. Het betreft hier grootschalige bulkproductie van grondstoffen die verwerkt worden in zeer uiteenlopende internationale productie-consumptieketens. Het spelersveld is divers wat betrokken actoren, (internationale) instituties en marktvormen betreft. In het Beleidsprogramma Biodiversiteit wordt het als volgt geformuleerd: "Ketens zijn multidimensionaal, ze verbinden hier en daar, ze verbinden het lokale en het internationale niveau en ze kunnen niet los van elkaar gezien worden."

Kenmerkend voor (internationale) ketens is hiermee dat er op meerdere schakels en bij veel verschillende spelers aangrijpingspunten voor verduurzaming zijn. Tegelijkertijd grijpen deze handelingsperspectieven sterk op elkaar in. Zonder duurzame productie van hout zal de productie van duurzame meubels moeilijk van de grond komen, waarmee vervolgens de handelingsperspectieven voor de Nederlandse consument die biodiversiteitsvriendelijk willen wonen beperkt blijven.

Burgers

- ▶ Het leveren van een passieve en actieve bijdrage aan campagnes en activiteiten van maatschappelijke organisaties gericht op behoud en duurzaam gebruik van het tropisch regenwoud. Een passieve bijdrage is bijvoorbeeld donateurschap van maatschappelijke organisaties die campagne voeren voor behoud van het tropisch regenwoud. Voorbeeld van een actieve bijdrage is deelname aan een demonstratie bij een bedrijf dat gebruik maakt van 'fout hout'.
- ▶ Tot slot is het stemmen op politieke partijen die in hun programma aandacht besteden aan behoud van biodiversiteit en duurzame en eerlijke handel een gedragsoptie.

De mate waarin burgers van deze handelingsperspectieven gebruikmaken om expliciet een bijdrage te leveren aan het behoud van het tropisch regenwoud om zo de basis te leggen voor een eigen, duurzame woonpraktijk is hier niet inzichtelijk te maken. Wel kunnen we stellen dat de effecten van de bovengenoemde handelingsmogelijkheden, gezien vanuit het perspectief van de burger, nogal indirect en vaak pas op de langere termijn zichtbaar zijn.



Overheden

Handelingsperspectieven voor overheden om de totstandkoming van duurzame internationale handelsketens te stimuleren en zo bij te dragen aan biodiversiteitsvriendelijk wonen en het behoud van het tropisch regenwoud zijn:

- ▶ Het ontwikkelen en implementeren van een duurzaam aankoop- en aanbestedingsbeleid voor en door de publieke sector.
- ▶ Ondersteunen van private initiatieven voor duurzaam ketenbeheer in hout en palmolie en daaraan gerelateerde certificering.
- ▶ Ontwikkeling van internationale regelgeving en instrumentarium voor verduurzaming van handel en ketenbeheer in hout en palmolie.
- ▶ Ondersteuning van lokale initiatieven van duurzame productie van hout en palmolie en het versterken van de positie van deze initiatieven in internationale handelsketens.

Om uitvoering te geven aan bovenstaande handelingsperspectieven worden op dit moment diverse initiatieven ontwikkeld. Zo wordt er gewerkt aan criteria voor duurzaam inkopen en is er een platform 'duurzame overheden' in oprichting. In internationaal verband is het Initiatief voor Duurzame Handel het vermelden waard. Het initiatief is een multistakeholder-samenwerking, waarin de deelnemers (bedrijven, maatschappelijke organisaties, vakbonden en overheid) gezamenlijk werken aan verduurzaming van internationale handelsketens, met aandacht voor mens, milieu en economie in ontwikkelingslanden (people, planet, profit). Het initiatief richt zich op verbeterprogramma's aan het begin van de keten in ontwikkelingslanden.

Bedrijven

Uit het Beleidsprogramma Biodiversiteit (2008-2011) zijn, gekoppeld aan de korte termijn-effecten ook handelingsperspectieven voor het bedrijfsleven af te leiden:

- ▶ Bedrijven die actief zijn in de productie van hout en palmolie kunnen overgaan tot productiewijzen die de biodiversiteit van het tropisch regenwoud niet schaden.
- ▶ Verwerkende en distribuerende bedrijven kunnen druk uitoefenen op hogere schakels in de keten om stappen te zetten in verduurzaming van productie. Zo kunnen bouwmarkten alleen FSC-gecertificeerd hout aanbieden, of kunnen energieaanbieders opteren voor groene stroom van duurzaam verbouwde biomassa (bijvoorbeeld gecertificeerde palmolie). Maatschappelijk verantwoord ondernemen is een koepelbegrip waaronder de afzonderlijke gedragsopties geschaard kunnen worden.
- ▶ Op verschillende schakels in handelsketens van hout en palmolie kunnen private ondernemingen initiatieven nemen om te zorgen voor transparante productinformatie omtrent de herkomst van grondstoffen. Mogelijkheden hiertoe zijn het invoeren van labeling of certificering, of het beschikbaar maken van voor burgers inzichtelijke en aansprekende productinformatie.

In de houtsector lijkt een groeiend aantal bedrijven zich bewust te zijn van de noodzaak om negatieve effecten van houtproductie te mitigeren. Naast hout en houtproducten met FSC logo, te koop bij bouwmarkten, warenhuizen, tuincentra, houthandelaren en timmerfabrieken kent ook de Vereniging van Houthandelaren een eigen keurmerk voor duurzaam en legaal hout. Verduurzaming van de palmolieketen lijkt op dit moment (nog) moeilijker van de grond te komen.

Wel zijn er een aantal groene energiebedrijven die nadrukkelijk aangeven geen gebruik te maken van biomassa in het algemeen, of ongecertificeerde palmolie in het bijzonder.

Consumenten

Mogelijke handelingsperspectieven voor consumenten die binnen de kaders van de handelingspraktijk wonen willen bijdragen aan behoud, beheer en eerlijke verdeling van biodiversiteit van het tropisch regenwoud zijn:

- ▶ Rekening houden met duurzaamheidsaspecten bij de aankoop van producten waarin hout of palmolie is verwerkt. Consumenten kiezen bijvoorbeeld voor gecertificeerd hout, dat de herkomst uit duurzaam beheerde bossen garandeert.
- ▶ Een buy-cott van producten waarin hout en palmolie van niet-duurzame afkomst verwerkt zijn.
- ▶ Stellen van vragen over de herkomst en productiewijze van grondstoffen bij de aanschaf van producten waarin hout of palmolie zijn verwerkt.
- ▶ Georganiseerd ontwikkelen van alternatieven voor productie van hout en palmolie die de biodiversiteit van het regenwoud schaden. Consumenten die de herkomst van 'groene stroom' wantrouwen, kunnen bijvoorbeeld deelnemen aan een windcollectief om zo de eigen duurzame energievoorziening te realiseren.

De eerste drie gedragsopties zijn waar het houtketens betreft voor consumenten relatief gemakkelijk toe te passen bij de aanschaf van producten zoals tuinmeubelen, maar veel minder wanneer het de aankoop van een bankstel of bijvoorbeeld een nieuwbouwwoning betreft. Voor palmolie is duurzaam aankoopgedrag nog complexer, omdat dit vaak onherkenbaar, als anonieme ingrediënt verwerkt is in zeer uiteenlopende consumentengoederen die in de woonpraktijk gebruikt worden. Voorbeelden zijn verf, schoonmaakmiddelen, kaarsen en stroom.

Hoewel er voor consumenten die willen bijdragen aan verduurzaming van internationale handelsketens die ingrijpen op biodiversiteit van het tropisch regenwoud dus wel handelingsperspectieven zijn, zijn deze niet allemaal makkelijk in te passen in de handelingspraktijk wonen. Bovendien rijst de vraag wat de invloed van duurzame gedragingen door consumenten op dit moment is. Is de marktpositie van de consument in handelsketens van hout en palmolie, in het algemeen en zeker waar het de specifieke woonpraktijk betreft wel sterk genoeg om invloed uit te oefenen?

4.3.4 Rol communicatie

Om biodiversiteitsvriendelijk wonen te bevorderen, geldt net als voor duurzame visconsumptie dat communicatie op vier niveaus kan plaatsvinden:

- ▶ De betrokken doelgroepen moeten zich ervan bewust zijn dan internationale handel gerelateerd aan de handelingspraktijk wonen (inrichten, stroom gebruiken, schoonmaken etc.) invloed heeft op de biodiversiteit van het tropisch regenwoud.
- ▶ Betrokken doelgroepen moeten over voldoende kennis beschikken om de via handelsketens verlopende relatie tussen hun eigen woonpraktijk en de aantasting van het tropisch regenwoud te doorgronden en te overzien met welke andere maatschappelijk en beleidsmatige thema's het onderwerp samenhangt, zoals ontwikkelingssamenwerking, klimaatverandering, food versus fuels etc.



- ▶ Om draagvlak te creëren voor maatregelen voor duurzame handel in hout en palmolie moeten de doelgroepen de ernst van het huidige en potentiële verlies aan biodiversiteit en ecosystemendiensten ten gevolge van productie en consumptie van onduurzaam hout en palmolie herkennen en erkennen.
- ▶ Tot slot moeten doelgroepen kennis hebben over de manier waarop zij hun gedrag duurzaam kunnen veranderen. Dit kan afhankelijk van de doelgroep verschillende vormen aannemen: stemmen, kopen, produceren, beleid maken.

Ten aanzien van het vierde niveau geldt dat het alleen zin heeft te communiceren over duurzame handelingsperspectieven als deze ook daadwerkelijk binnen het bereik van de doelgroep liggen. Voor consumenten die op zoek zijn naar een nieuwbouwhuis is het op dit moment vrijwel onmogelijk om de herkomst van het in de woning verwerkte hout te traceren. Bovendien is het aanbod van woningen dermate schaars dat moeilijk van consumenten verwacht kan worden dat zij het gebruik van FSC-hout van doorslaggevende betekenis laten zijn bij de aankoopbeslissing. Ook geldt dat het op dit moment voor de gemiddelde consument nauwelijks mogelijk is om woonkeuzes te maken, die gegarandeerd vrij zijn van onduurzame palmolie. Dit omdat het onzichtbaar is verwerkt in veel schoonmaakproducten, verf etc.

In de handelingspraktijk biodiversiteitsvriendelijk wonen is de inzet van overig instrumentarium van groot belang om allereerst de structuren en basisvoorwaarden voor verduurzaming van de handelingspraktijk op peil te krijgen. Het gaat dan bijvoorbeeld om stimulansen voor producenten om zo voldoende duurzaam aanbod te realiseren, internationale handelsafspraken en transparantie van handelsketens van hout en palmolie.

4.3.5 *Stand van zaken communicatie*

Ook voor deze casus geldt dat maatschappelijke organisaties het meest prominent aanwezig zijn als zender van berichten over de relatie tussen handelketens en achteruitgang van het tropisch regenwoud, de verantwoordelijkheden van verschillende actoren op dit vlak en het al dan niet aanwezig zijn van praktisch uitvoerbare handelingsperspectieven. Zo noemt het Wereld Natuur Fonds, net als bijvoorbeeld Greenpeace, houtkap en bosomzetting voor onder andere palmolieplantages als belangrijke bedreigingen voor het tropisch regenwoud. Daarbij wordt ingegaan op de ecologische functies van het tropisch regenwoud (klimaat, water, lucht) en de habitatfunctie voor onder andere primaten. Daarnaast wordt kort ingegaan op de voor de mens relevante productiefunctie (hout, rubber, medicinale planten etc.). Het WNF maakt melding van diverse activiteiten gericht op behoud van het tropisch regenwoud, waaronder het ondertekenen van een declaratie met twee palmoliemaatschappijen die toezeggen land langs de rivier opzij te zetten voor herbebossing. Consumenten worden door WNF opgeroepen te kiezen voor FSC-hout. "Alleen door een grotere vraag gaan winkels het verkopen. Voor de meeste houtproducten zijn FSC-alternatieven verkrijgbaar." Daarnaast kunnen burgers als donateur van het WNF bijdragen aan campagnes gericht op het behoud van het tropisch regenwoud.

Ook Milieudefensie besteedt op de website en in de vorm van verschillende (publieks)campagnes aandacht aan handel in hout en palmolie en aan de gevolgen daarvan. De relatie tussen de productiefunctie en de negatieve impact daarvan op het tropisch

regenwoud en behoud, duurzaam gebruik en rechtvaardige verdeling van de daarin aanwezig hulpbronnen wordt uitgewerkt en in verband gebracht met consumptie in Nederland. Activiteiten van Milieudefensie zijn vooral gericht op Nederlandse bedrijven. Zo oefent Milieudefensie druk uit op de tuinmeubelsector en op bedrijven die palmolie verwerken voor biomassa (o.a. Essent).

Opvallend is dat op het onderwerp duurzame handelsketens en biodiversiteit van het tropisch regenwoud door veel maatschappelijke organisaties expliciet gecommuniceerd wordt over eerlijke verdeling van natuurlijke hulpbronnen. Naast de ecologische gevolgen van het verbouwen van hout en palmolie, zoals ontbossing, watervervuiling en teruggang in soorten wordt vaak de rechten van de inheemse bevolking en plantagearbeiders en hun kansen voor een duurzaam en onafhankelijk levensonderhoud benadrukt.

Het merendeel van de in paragraaf 5.3.2 genoemde overheden besteedt op de eigen internetpagina's aandacht aan het thema ontbossing, waaronder de teloorgang van het tropisch regenwoud. Het onderwerp wordt daarbij echter niet automatisch in verband gebracht met zowel het verlies aan ecosysteemdiensten en functionele biodiversiteit, als de invloed van de Nederlandse woonpraktijk hierop.

In een persbericht van 11 december 2007 spreekt minister Cramer van het ministerie VROM haar zorg uit over ontbossing in Maleisië ten gevolge van palmolieproductie voor biomassa. "We maken ons in Europa zorgen of de palmolie die wij zelf willen toepassen in onze brandstoffenmix, niet leidt tot grote problemen elders op de wereld, zoals in Maleisië." Dergelijke persberichten kunnen relatief grote groepen burger-consumenten bereiken. De mate waarin de beknopte tekst van het persbericht handelingsperspectieven biedt of meningen en vragen oproept bij burger-consumenten inzake hun eigen woonpraktijk en de biodiversiteit van het tropisch regenwoud is waarschijnlijk beperkt. Tegelijkertijd wordt de relatie tussen palmolieproductie en ontbossing wel bij een breed publiek onder de aandacht gebracht.

Het bedrijfsleven is ook in deze casus niet erg zichtbaar met communicatie over biodiversiteitsvriendelijk wonen, internationale handelsketens en biodiversiteit van het tropisch regenwoud.

4.3.6 Communicatieopgave

Op basis van bovenstaande concluderen wij dat communicatie op het terrein van biodiversiteitsvriendelijk wonen en internationale handelsketens in eerste instantie gericht moet zijn op het verbreden en verbeteren van duurzame handelingsperspectieven, zodat deze binnen het bereik van de doelgroep komen. Communicatie zal hiertoe in eerste instantie veelal de vorm moeten krijgen van een dialoog tussen verschillende doelgroepen. Zo kunnen overheden en bedrijven in gesprek over de mogelijkheden om de transparantie van internationale handelsketen in hout en palmolie te verbeteren, voor zowel het bedrijfsleven zelf maar ook voor de consument als eindgebruiker. Communicatieve instrumenten zoals keurmerken, benchmarks etc. kunnen hierin een rol spelen, maar moeten waarschijnlijk geflankeerd worden door regelgeving.



Een dialoog over handelsketens en behoud van het tropisch regenwoud kan ook zeer breed gevoerd worden in de vorm van een maatschappelijk debat. Het kan daarbij bijvoorbeeld gaan om de vraag of de overheid wel de mogelijkheden heeft om grote importstromen van bijvoorbeeld 'foute' biomassa voor energieproductie te sturen en wat de maatschappelijke verantwoordelijkheid van multinationals of internationale regimes hierin is. Communicatie moet dan in eerste instantie gericht zijn op het agenderen van het thema, om een debat van de grond te laten komen. Maatschappelijke organisaties, bedrijven, maar ook overheden kunnen hierin een rol spelen. Bijvoorbeeld door het instellen van een taskforce die het aansturen van de dialoog tot doel heeft.

Om een dergelijke dialoog of debat goed te kunnen voeren moeten verschillende doelgroepen over voldoende bewustzijn en kennis van de gevolgen van biodiversiteitsverlies in het tropisch regenwoud beschikken. Zij moeten deze kennis kunnen verbinden met de eigen gedragingen en keuzes in het vormgeven van de handelingspraktijk wonen. Dit is noodzakelijk om de eigen betrokkenheid bij en verantwoordelijkheid in de problematiek te kunnen onderschrijven en draagvlak te creëren voor duurzame maatregelen. Het bevorderen van kennis en bewustzijn vraagt om algemene informatie over de functies van biodiversiteit van het tropisch regenwoud en de relatie met de handelsketens van hout en palmolie. Deze algemene communicatie moet echter voldoende aansluiten bij de dagelijkse praktijk van de doelgroep om inzichtelijk te maken dat internationale handelsketens geen 'ver van ons bed' verhaal zijn, maar te maken hebben met het plaatsen van een nieuwe schutting of het dagelijks energiegebruik. Daarbij moet men er wel voor waken om doelgroepen geen onevenredige verantwoordelijkheden toe te dichten. Als er voor een specifieke doelgroep geen goede handelingsalternatieven zijn, kan immers ook geen gedragsverandering verwacht worden.

Daar waar al goede handelingsperspectieven beschikbaar zijn, bijvoorbeeld bij het duurzaam inkopen van hout en papier is gecoördineerde communicatie vanuit overheid, bedrijf en maatschappelijke organisaties vereist om duurzame mogelijkheden bij 'inkopende' bedrijven, overheden en consumenten op het juiste moment en op de juiste plaats onder de aandacht te brengen.

4.4 Casus Duurzaam toerisme

Biodiversiteit en toerisme/recreatie zijn zeer nauw met elkaar verbonden. Natuur en een mooie groene omgeving oefenen een belangrijke aantrekkingskracht uit op toeristen. Het vormt een basiskapitaal voor de sector. Anderzijds hebben toeristische ontwikkelingen en activiteiten ook een grote invloed op de biodiversiteit. De toeristische sector maakt internationaal een enorme groei door en omvat één van de belangrijkste economische sectoren wereldwijd. De druk op de biodiversiteit neemt hierdoor op vele plaatsen toe. Maar ook ontstaan kansen om (onder voorwaarden) met toerisme/ recreatie en het genereren van opbrengsten tot een duurzame ontwikkeling en veiligstelling van biodiversiteit te komen.

Problemen van toerisme/recreatie

- ▶ Ruimtebeslag: afname habitat en doorsnijdingen
- ▶ Gebruik water en energie

- ▶ Groot gebruik andere natuurlijke hulpbronnen: bouw materiaal, houtkap (met erosie), souvenirs en consumptie wildlife
- ▶ Impact op natuur: aantasting, verstoring, introductie exotische soorten
- ▶ Vervuiling: afvalwater, afvalbergen, zwerfvuil, aantasting landschap
- ▶ Luchtvervuiling (vervoer) en klimaatverandering
- ▶ Afname aantrekkelijkheid voor de toerist zelf

Kansen van toerisme/recreatie

- ▶ Tegenprestatie/opbrengsten (entrees, heffingen) ten behoeve van natuurgebieden
- ▶ Belang lokaal inkomen als alternatief voor ander, minder duurzaam gebruik
- ▶ Bewustwording en draagvlak: lokaal (leidt tot bescherming en wetgeving) en toerist

De problemen en kansen in de relatie biodiversiteit - toerisme worden onderkend, zowel nationaal als internationaal. Ook het besef bij de consument neemt toe. Vaak ontbreekt echter een concreet handelingsperspectief, ofwel een geschikt toeristisch-recreatief product.

4.4.1 Beleidsopgave KT-handelingspraktijk

De Nederlandse voetafdruk in het buitenland is groot. Naast activiteiten zoals mijnbouw, energiewinning, hout en agro-grondstoffen, speelt toerisme hierin een grote rol. De invloed op biodiversiteit ten gevolge van toerisme dient te verduurzamen (BB prioriteit 'Handelsketens en BD'). Er wordt samenwerking met de toerismesector gezocht bij uitvoering van pilotprojecten om best practices te delen. Binnen de BB-prioriteit 'betalen voor BD' zoekt de overheid samenwerking met maatschappelijke partners op het gebied van het opzetten en uitvoeren van pilotprojecten 'betalen voor duurzaam toerisme'. Nederland wil tevens bijdragen aan een duurzame ecoregionale ontwikkeling buiten Nederland door de inzet op de economische activiteiten handelsketens en toerisme (BB-prioriteit 'ecologische netwerken'). Kustgebieden en zeeën zijn populaire toeristische bestemmingen. Betrokkenheid van de toerismesector wordt daarom ook gezocht bij de uitvoering van projecten binnen de BB-prioriteit 'Mariene BD en visserijketens'.

Duurzaam toerisme is de afgelopen jaren breed op de nationale en internationale agenda gezet. Het begrip 'duurzaam toerisme' omhelst daarbij een bredere setting dan alleen de relatie toerisme-biodiversiteit. In internationaal verband wordt binnen 'duurzaam toerisme' onderscheid gemaakt in 'economische', 'sociaal-culturele' en 'omgevings' (environmental) duurzaamheid. Het begrip biodiversiteit wordt in dat verband vooral in relatie gebracht met de 'omgevings' en 'ecologische' aspecten, echter economische en sociaal-culturele aspecten spelen zeker ook een rol, met name binnen het aan het Biodiversiteitsverdrag (CBD) gekoppelde doel 'eerlijke verdeling van de opbrengsten van biodiversiteit'.

4.4.2 Betrokken doelgroepen

Het werken aan duurzaam toerisme vindt niet alleen plaats op de bestemming zelf. Juist de verschillende beslissingsmomenten in de voorafgaande fases zijn erg belangrijk. Daarbij spelen diverse actoren een rol in het gehele toeristische traject (planning, productontwikkeling, vermarkten, aankopen toeristische producten en toeristische activiteiten). De touroperators, nationale en internationale overheden, lokale agenten, natuurbeheerders en natuurlijk de toerist zelf. Samenwerking en communicatie tussen



partijen is van groot belang. Het bereiken van een duurzamer toerisme vergt sturing in de gehele keten van het toeristisch product waar vele verschillende actoren verantwoordelijkheid dienen te nemen. Gezamenlijke inzet van de sector, overheid en NGO's is dus nodig. Bestaande samenwerking dient te worden geïntensiveerd en verbreed.

Rijksoverheid (betrokken ministeries)

Rol bij planning op overheidsniveau en ondersteuning (bij internationale samenwerking). Daarnaast rol bij bewustmaken en informeren consumenten en bedrijven en toepassing economische instrumenten

Overheden in bestemmingslanden

Rol bij opstellen en handhaven lokale wetgeving en organiseren en samenwerking met bedrijfsleven.

Maatschappelijke organisaties

Rol bij kennisvergroting en voorlichting, gericht op bewustwording en rol bij faciliteren van het vermarkten van duurzame initiatieven

Bedrijven in toerismesector (brancheorganisatie ANVR en individuele touroperators)

Rol bij planning vanuit de sector van een meer verantwoorde bedrijfsvoering en productontwikkeling en rol bij voorlichting van consumenten en lokale touroperators.

Consumenten (in de rol van toerist)

Spelen als gebruiker van de dienst toerisme een centrale rol.

Keurmerkinstituten

Rol bij het ontwikkelen van een overkoepelend keurmerk die de verschillende ketenonderdelen omvat en het ontwikkelen van duurzaam toerisme bevordert en helderheid verschaft aan de consument.

4.4.3 Nulsituatie handelingsperspectieven

Huidige initiatieven op het gebied van toerisme-biodiversiteit

Er lopen veel initiatieven op het gebied van duurzaam toerisme. Deze initiatieven komen vanuit bedrijven en uit de sector, vanuit NGO's of vanuit overheden in samenwerking met NGO's en bedrijven. Bij de meeste initiatieven ligt de nadruk op het voorkomen van de negatieve impact van toerisme. In mindere mate is er aandacht voor het bevorderen van de positieve invloed die toerisme kan hebben op natuurbehoud. Inkomsten uit toerisme kunnen bijvoorbeeld direct worden aangewend voor natuurbehoud. Ook krijgt natuur door bezoeken van toeristen een economische waarde en ontstaat de motivatie om de natuur te behouden. De initiatieven zijn gericht op het ontwikkelen en vermarkten van duurzame producten, op samenwerking (platforms en partnerschappen) en op de ontwikkeling van gemeenschappelijke criteria en standaarden.

Initiatieven vanuit de sector

PMZ systeem van produktgerichte milieuzorg (wordt DTO): In 2000 besloot de Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR) dat alle aangesloten leden voor 2003 een zogenaamd 'Productgericht Milieuzorgsysteem' (PMZ) geïmplementeerd moesten hebben. Deze verplichting hield onder andere in dat de ANVR-leden continu hun best moesten doen om de duurzaamheid van de aangeboden producten te verbeteren. Dit PMZ-systeem zal in 2009 worden vervangen door een nieuw systeem (Duurzaam Toeristisch Ondernemen), maar de essentie blijft dezelfde: Nederlandse touroperators zullen in toenemende mate eisen stellen aan de duurzaamheid van ingekochte accommodaties en activiteiten. Voor een groot deel ligt daarbij de nadruk op preventie van een *negatieve* impact van toerisme, zoals het voorkomen van schade aan koraalriffen door duiken en de gevolgen van een gebrekkig afval-, water- of energiemanagement van ingehuurde accommodaties.

Travelife is een belangrijk initiatief waarbij de ANVR, samen met zusterorganisaties in het Verenigd Koninkrijk, Duitsland en België betrokken is. Dit initiatief bevat onder andere een database met de duurzaamheidsprestaties van buitenlandse accommodaties en andere toeristische voorzieningen en bieden de Europese touroperators zo een instrument bij het duurzaam inkopen.

Vanuit het toeristisch bedrijfsleven (TUI Nederland en OAD Reizen bijvoorbeeld) zijn diverse initiatieven gestart. OAD heeft bijvoorbeeld verscheidene accommodaties in Zuid-Afrika die in bezit zijn van het 'Fair Trade in Tourism South Africa (FTTSA) trademark' opgenomen in reisprogramma's.

Initiatieven vanuit NGO's

Ook vanuit maatschappelijke organisaties (ANWB, IUCN, WWF Nederland o.a.) zijn diverse initiatieven gestart. Een groot voordeel van de samenwerking met maatschappelijke organisaties is dat duurzame accommodatie makkelijker geïdentificeerd kan worden. Er zijn veel verschillende handelsmerken op dit terrein waardoor het goed is om te werken met betrouwbare organisaties.

Partnerschap met Rainforest Alliance: Internationale tour operators over de hele wereld, waaronder een aantal Nederlandse touroperators zoals Baobab en Sawadee, hebben op initiatief van Rainforest Alliance een partnerschap met Rainforest Alliance afgesloten. Naast het promoten van de duurzaamheidsprogramma's wil RA samen met de touroperators strijden voor het behoud van biodiversiteit en de negatieve impact van toerisme terugdringen. Door samen te werken kunnen duurzame accommodaties eenvoudig geïdentificeerd worden, wat interessant kan zijn voor productontwikkeling. Ook kunnen touroperators gebruik maken van de expertise en het contactennetwerk van Rainforest Alliance in Latijns-Amerika en, op de langere termijn, van de marketingkracht. Activiteiten richten zich onder andere op het verduurzamen van toeristische accommodaties en het promoten van certificering. Accommodaties die zich aanmelden worden getraind door Rainforest Alliance. Onderwerpen van de training zijn bijvoorbeeld water- en afvalrecycling, energiebesparing en het gebruik van bouwmaterialen die weinig impact op het milieu en de natuur hebben.



Voorstel project 'Tourism with a purpose' (WWF): Door dit project wil WWF invulling geven aan de doelstelling om door middel van toerisme bij te dragen aan natuurbehoud en armoedebestrijding. Dit project moet een bijdrage leveren aan het creëren van concrete handelingsperspectieven hiervoor. Door lokale ontwikkeling van toerisme wil WWF toerisme als middel voor armoedebestrijding gebruiken en daarmee als instrument voor natuurbeheer. Daarnaast zijn er mogelijkheden om inkomsten uit toerisme af te tappen en direct aan te wenden voor natuurbeschermingsmaatregelen. Doel is om voor bepaalde bestemmingen een toeristisch product te ontwikkelen en in de markt te zetten. Daarnaast wil het project in Nederland bij consumenten en bij het toeristisch bedrijfsleven het bewustzijn verhogen over kansen die toerisme biedt voor een positieve bijdrage aan natuurbehoud.

Overige initiatieven (vanuit overheid, bedrijven en maatschappelijke organisaties)

Platform IDUT, Initiatiefgroep Duurzaam Uitgaand Toerisme: Het platform Initiatiefgroep Duurzaam Uitgaand Toerisme (IDUT) is het landelijke Nederlandse netwerk voor duurzame ontwikkeling van uitgaand toerisme. De leden van het platform IDUT zijn afkomstig uit de reisbranche, de overheid, het onderwijs en maatschappelijke organisaties. Doel van het platform is het bevorderen van bewustwording over duurzaam toerisme, stimulering van de nationale discussie en het nationale debat over duurzaam toerisme, deskundigheidsbevordering onder de platformleden en het formuleren en uitdragen van gemeenschappelijke standpunten van de lidorganisaties. Een van de activiteiten van IDUT is de jaarlijkse Groeneveldconferentie over duurzaam uitgaand toerisme.

Green Globe (keurmerk): Green Globe is een wereldwijd certificatieprogramma voor duurzaam reizen en toerisme. Het concentreert zich op economisch-, sociaal- en milieuverantwoord beheer. Het Green Globe certificaat wordt gebruikt door accommodaties, ecotoeristische bestemmingen, reisorganisaties en resorts. Keuringen en controles worden uitgevoerd door onafhankelijke keuringsinstellingen. Meer dan 1000 bedrijven in 100 landen hebben een Green Globe.

Partnerschap 'Rode-Zee-toerisme': TUI NL, OAD, WWF Nederland en het Nederlandse Ministerie van buitenlandse zaken (DGIS) hebben het initiatief genomen om te onderzoeken wat de toeristische sector zelf zou kunnen doen om de Rode Zee koralen, m.a.w. de kwaliteit van het toeristische product te behouden. In dit kader wordt gedacht aan 'publiekprivate partnerschappen'. Men is ervan doordrongen dat er meer werk moet worden gemaakt van de bescherming van koraal omdat het gebied anders op den duur uitsluitend low-budget bezoekers zal trekken. Een van de gesprekspunten van de ronde tafel conferentie was de oprichting van een fonds dat zal worden ingevuld met inkomsten uit of via de toeristische sector zelf. Uit dit fonds kunnen diverse concrete beschermende maatregelen worden gefinancierd.

STSC, Sustainable Tourism Stewardship Council: Certificering voor toeristische accommodaties of activiteiten (vergelijkbaar met bijvoorbeeld de Marine Stewardship Council voor vis). De lancering van dit initiatief wordt in 2009 verwacht. De 'Sustainable Tourism Stewardship Council' maakt deel uit van het Marrakech proces, een door de Verenigde Naties geleid initiatief om wereldwijde duurzame productie en consumptie te promoten.

Rainforest Alliance zal de gemeenschappelijke certificering criteria identificeren die als input kunnen dienen voor de STSC-standaard.

Keurmerken voor accommodaties en activiteiten van lokale touroperators (bijvoorbeeld hotels, appartementen, campings, duikscholen, safari's of 'whale watching'): Internationaal is er een woud aan duurzaamheidskeurmerken en gedragscodes. Sommige gelden voor een bepaalde regio, sommige nationaal, andere internationaal. Soms ligt de nadruk op het milieu, soms op sociaaleconomische of culturele aspecten, soms op alle aspecten. Soms is een keurmerk gericht op een nichemarkt, soms is het bedoeld om een mainstream toeristische activiteit te ontwikkelen. Keurmerken zijn geïnitieerd door verschillende actoren (lokale overheden, maatschappelijke organisaties en toeristische sector).

Nulsituatie per doelgroep

Rijksoverheid

- ▶ Toepassing van economische instrumenten middels heffingen en ecotax zwaarder belasten van milieu- of biodiversiteitsvriendelijk vervoer of activiteiten; voorts genereren van opbrengsten t.b.v. natuurbeheer.
- ▶ Planning op overheidsniveau (ruimtelijke ordening, natuurbescherming, toeristische ontwikkeling).
- ▶ Bewustmaken van bedrijven in toerismesector: communiceren van belang biodiversiteit voor toerismesector (zoals door een landelijke overheids campagne om duurzaam toerisme te stimuleren). De reisbranche heeft zelf belang bij het behouden van planten en dieren, mooie natuur, rust, schone stranden en water om haar reisproducten te kunnen blijven verkopen.
- ▶ Informeren van bedrijven over concrete handelingsperspectieven en standaarden.
- ▶ Het informeren over en bewustmaken van consumenten over biodiversiteitsvriendelijke initiatieven en standaarden op het gebied van toerisme (voor accommodaties, activiteiten en transport).
- ▶ Informeren over de positieve kansen van toerisme, niet alleen maar de negatieve bedreigingen belichten.
- ▶ Ondersteuning bij internationale samenwerking.
- ▶ De Nederlandse overheid stimuleert ook het Initiatief Duurzame Handel, dat zich onder andere richt op verduurzaming van internationale toeristische ketens.

Overheden in bestemmingslanden

- ▶ Opstellen en handhaven van wetgeving wat betreft behoud en duurzaam gebruik biodiversiteit.
- ▶ Optreden tegen illegale praktijken.
- ▶ Reguleren toeristenstromen.
- ▶ Rol bij behoud natuurgebieden, beschermen gebieden, afspraken no-go areas of bezoekersaantallen.
- ▶ Opzetten faciliteiten: waterzuivering, gescheiden afvalverwerking en recycling, energie en transport.
- ▶ Samenwerken met (lokale) bedrijfsleven (touroperators) en bedrijfsprocessen reguleren.



Maatschappelijke organisaties

Mogelijke handelingsperspectieven maatschappelijke organisaties:

- ▶ Het bewustmaken van bedrijven binnen de toerismesector en duurzaam toerisme stimuleren.
- ▶ Informeren van bedrijven om geen onverantwoorde reisproducten aan te bieden, zoals excursies waarbij gejaagd wordt op bedreigde dieren of verkoop van verboden souvenirs.
- ▶ Het informeren en bewustmaken van consumenten over biodiversiteitsvriendelijke initiatieven en standaarden op het gebied van toerisme (voor accommodaties, activiteiten en transport).
- ▶ Consument betrekken bij vrijwilligersacties, combineren van vakantie en vrijwilligerswerk (zoals schildpaddenbescherming of werken in rehabilitatiecentra).
- ▶ Het informeren van toeristen over de aankoop van biodiversiteitsvriendelijke souvenirs zoals (sieraden gemaakt van) koraal of schelpen, producten van ivoor of van tropisch hardhout, producten van reptielenleer, opgezette dieren of (delen van) planten. Door campagnes via de media (televisie, internet) kunnen veel doelgroepen worden bereikt (zoals de souvenircampagne van het Wereld Natuur Fonds 'Kijken, kijken, niet kopen').
- ▶ Het waarschuwen van toeristen voor het op de foto gaan met slangen, aapjes en ara's. Die beesten worden vaak op een illegale manier verkregen (uit het bos gehaald waardoor impact op biodiversiteit en ecosysteemdiensten) en slecht behandeld en zelfs gedrogeerd.
- ▶ Het informeren en bewustmaken van lokale bewoners en lokale touroperators in bestemmingslanden.
- ▶ Informeren over de positieve kansen van toerisme, niet alleen maar de negatieve bedreigingen belichten.
- ▶ Versterking van de betrokkenheid van lokale bevolking in bestemmingslanden bij de ontwikkeling, management en opbrengsten uit het toerisme.
- ▶ Lobbyen bij overheden voor regelgeving op het gebied van duurzaam toerisme en natuurbehoud.

Bedrijven

Mogelijke handelingsperspectieven voor bedrijven in de toerismesector:

- ▶ Het integraal meenemen van biodiversiteit in nationale en internationale toeristische planning en bij de toeristische ontwikkeling van gebieden (locatie, zorgvuldige ontwikkeling, bouw hotels).
- ▶ Bij de selectie en inkoop van reizen en bij het maken van reisprogramma's eisen stellen aan duurzaamheid accommodaties en activiteiten (zoals water- en energiebesparing en plaatselijk voedsel).
- ▶ Opzetten van een meer verantwoorde bedrijfsvoering en productontwikkeling op de langere termijn gericht. Gericht op het integreren van biodiversiteit/ milieu in de bedrijfsvoering. Dit volgend op uitgangspunten als 'ethisch ondernemen', productgerichte milieuzorgsystemen en keurmerksystemen.
- ▶ Geen onverantwoorde reisproducten aanbieden, zoals verkoop van verboden souvenirs of excursies waarbij gejaagd wordt op bedreigde dieren.

- ▶ Niet in zee gaan met lokale aanbieders van toeristische faciliteiten die zich niet aan de wetgeving houden. (Hiervoor is het nodig om op de hoogte te zijn van wetgeving in het bestemmingsland en om een lijst te hebben van lokale aanbieders die zich wel of niet aan deze wetgeving houden).
- ▶ In zee gaan met lokale touroperators die zich aan gedragscodes houden of in het bezit zijn van keurmerken (of die maatregelen nemen voor water- energiebesparing en gebruik plaatselijk voedsel etc.).
- ▶ Bewustmaken en stimuleren van lokale touroperators om zich aan bepaalde gedragscodes te houden of met keurmerken te gaan werken.
- ▶ Versterking van de betrokkenheid van lokale bevolking in bestemmingslanden bij de ontwikkeling, management en opbrengsten uit het toerisme.
- ▶ Voorlichting van consument over o.a. keuze van bestemming.
- ▶ Consument betrekken bij vrijwilligersacties, combineren van vakantie en vrijwilligerswerk (zoals schildpaddenbescherming of werken in revalidatiecentra).
- ▶ Het informeren van toeristen over de aankoop van biodiversiteitsvriendelijke souvenirs zoals (sieraden gemaakt van) koraal of schelpen, producten van ivoor of van tropisch hardhout, producten van reptielenleer, opgezette dieren of (delen van) planten en over het op de foto gaan met illegaal verkregen dieren. Dit kan bijvoorbeeld door tips mee te geven bij het boeken van een reis, bij reisbescheiden, in reisgidsen of door videopresentaties in bus of vliegtuig.

Consumenten

Op dit moment zijn er voor consumenten die willen kiezen voor biodiversiteitsvriendelijk toerisme de volgende handelingsperspectieven:

- ▶ Maken van een bewuste keuze uit het aanbod, ondersteund door informatie over duurzame handelingsperspectieven en heldere kwaliteitskeurmerken (en vragen naar genomen maatregelen).
- ▶ Keuze bestemming (Als men het regenwoud wil bezoeken bijvoorbeeld, kan dit op verschillende locaties. Sommige delen tropisch regenwoud worden in stand gehouden met behulp van inkomsten uit het toerisme. Zo organiseert o.a. reisorganisatie Sawadee reizen naar regenwoud in Sumatra, waarbij voormalige 'loggers' (houtkappers) ingezet worden op het gebied van toerisme, waardoor het gebied genoeg economische waarde heeft om het te behouden). Voor zover bekend zijn er echter voor toeristen momenteel geen mogelijkheden om op basis van objectieve criteria een bestemming te kiezen en daarbij een positieve bijdrage te leveren aan behoud van biodiversiteit.
- ▶ Keuze accommodatie met keurmerk (zoals Green Globe) binnen gekozen bestemming.
- ▶ Vrijwilligersacties: combineren van vakantie en vrijwilligerswerk. In het algemeen is er sprake van een trend waarin Nederlanders bereid zijn om 'goed' te doen, als dat maar samen gaat met 'plezier' en/of 'unieke ervaringen'.
- ▶ Geen aankoop van biodiversiteitsvriendelijke souvenirs.
- ▶ Niet op de foto gaan met illegaal verkregen dieren.



Beleidsfase

Het beleid ten aanzien van duurzaam toerisme bevindt zich in het stadium van ontwikkeling. Er zijn nog geen wetten of afspraken met de toerismesector over betalen voor of compensatie van biodiversiteit en ecosysteemdiensten. Wel is het de bedoeling om met een aantal touroperators op dit vlak een project op te zetten in Egypte.

4.4.4 Beleidsinstrumenten

Naast communicatieve instrumenten zijn juridische instrumenten belangrijk om verduurzaming van toerisme te realiseren. Voorbeelden op het gebied van handelsketens zijn afspraken tussen rijksoverheid en bedrijfsleven over de verduurzaming van specifieke ketens. Juridische instrumenten zijn van groot belang voor de bescherming van ecosystemen. Wetgeving en convenanten kunnen de realisatie van netwerken en een duurzaam beheer van gebieden bewerkstelligen. Ook kunnen economische instrumenten belangrijk zijn. Zo kunnen er bijvoorbeeld subsidies worden toegekend aan bedrijven die koploper zijn op het gebied van duurzame bedrijfsvoering over BD of op het gebied van BD-compensatie of heffingen worden opgelegd aan bedrijven die een grote negatieve impact hebben op BD. Een heffing op toerisme voor consumenten zou ook in een fonds terecht kunnen komen dat ten goede komt aan behoud van biodiversiteit, vergelijkbaar met de toeristenbelasting die we in Nederland kennen, maar dan specifiek besteed aan biodiversiteit.

4.4.5 Rol communicatie

Communicatie is een belangrijk instrument bij het verduurzamen van de toerismesector en de benutting van handelingsperspectieven voor de verschillende doelgroepen. Communicatie speelt een rol bij:

- ▶ Het informeren over de relatie tussen toerisme en biodiversiteit, het leveren van kennis aan de betrokken doelgroepen en het en het creëren van draagvlak voor duurzaam toerisme.
- ▶ Het bewustmaken van de betrokken doelgroepen over de bedreigingen en kansen van toerisme op biodiversiteit.
- ▶ Het bieden van concrete handelingsperspectieven aan de doelgroepen, zoals het informeren van consumenten over biodiversiteitsvriendelijke initiatieven op het gebied van toerisme.

4.4.6 Communicatieopgave algemeen

Huidige communicatie

Maatschappelijke organisaties zijn een belangrijke zender van communicatie over duurzaam toerisme. Zij communiceren met bedrijven, consumenten en burgers via acties, voorlichting en concrete handreikingen.

Natuurbeschermingsorganisaties zoals WNF en IUCN zijn, naast het informeren van burgers en consumenten, ook met overheden en het bedrijfsleven in gesprek over verduurzaming van toerisme. MVO-Nederland is ook actief met het betrekken van bedrijven in de toerisme sector bij duurzame initiatieven. Bedrijven worden daarnaast geïnformeerd door de rijksoverheid. Naast maatschappelijke organisaties informeert ook de ANVR consumenten over duurzaam toerisme, o.a. door de brochure 'wat je moet weten als je op reis gaat'.

In de sector zijn bewustzijn, kennis en houding al redelijk gevorderd. De opgave voor de sector komt vooral neer op het opschalen en 'mainstreamen' van alle goede initiatieven en het implementeren van beleid.

Eén van de uitdagingen is om de Nederlandse consument bewuster te maken van de mogelijkheden die hij of zij in de rol van toerist heeft om *positief* bij te dragen aan natuurbehoud en/of armoedebestrijding in ontwikkelingslanden (deze twee aspecten hangen vaak samen). Bij consumenten is informatie over duurzame standaarden of keurmerken voor toerisme vaak niet aanwezig.

Communicatieopgave

Op basis van bovenstaande informatie bevelen wij de volgende algemene punten aan voor communicatie over duurzaam (biodiversiteitvriendelijk) toerisme:

1. Door middel van algemene voorlichting over de functies en diensten van biodiversiteit en over de relatie tussen toerisme en biodiversiteit, moet het bewustzijn en kennisniveau van de huidige problematiek bij Nederlandse burgers worden vergroot. Dit vormt de basis voor draagvlak voor maatregelen en voor de bereidheid tot het ondernemen van actie van consument of medewerker van bedrijf of overheid.
2. Een betere communicatie wat betreft het aanbieden van concrete (positieve) handelingsperspectieven voor duurzaam toerisme voor consumenten (in de rol van toerist).
3. Communicatie over en het aanbieden van duurzame handelingsperspectieven door overheid, bedrijven en NGO's moet beter worden afgestemd zodat er één lijn is wat betreft de mogelijkheden voor handelingsperspectieven en goede initiatieven 'gemainstreamed' kunnen worden.
4. Communicatie moet, naast het gericht zijn op het verminderen van de negatieve impact van toerisme, meer gericht zijn op het bevorderen van de positieve bijdrage van toerisme.
5. Een betere communicatie naar lokale overheden, lokale touroperators en lokale bevolking in bestemmingslanden wat betreft bewustwording voor het creëren van draagvlak en over mogelijkheden voor duurzame handelingsalternatieven.

4.5 Casus Functionele Agrobiodiversiteit

Onder invloed van toenemende kennis van ondernemers, gewijzigde wensen van burgers, consumenten, scherpere wet- en regelgeving en internationale ontwikkelingen verandert de landbouw geleidelijk. Al doende lerend en al lerend doende past de landbouw zich aan de veranderende omstandigheden aan. Dit veranderingsproces wordt aangeduid met transitie. Het streefbeeld daarbij is een duurzame, concurrerende en maatschappelijk verantwoorde landbouw. De kwaliteit van het agrarische product en productieproces en de kwaliteit van de productieomgeving zijn in dit streefbeeld duurzaam in balans gebracht.

Functioneel gebruik van biodiversiteit door boeren is één van de aandachtspunten binnen het biodiversiteitsbeleid. In de Beleidsbrief 'Biodiversiteit' van 12 november 2004 van het ministerie van LNV en VROM wordt het beleid met betrekking tot het functioneel gebruik van biodiversiteit in de landbouw nader toegelicht (kamerstuk 26 407, nr. 22). In de Beleidsbrief wordt aangekondigd dat het beleid vooral gericht zal zijn op stimuleren en faciliteren in de vorm van kennisontwikkeling en –verspreiding.



Functioneel gebruik van biodiversiteit in de landbouw wordt in de beleidsbrief als volgt omschreven:

"De componenten van biodiversiteit in de landbouw die ecologische diensten verschaffen (productie ondersteunende organismen en processen). Dit zijn planten en dieren die van nut zijn voor de landbouwproductie (de 'life-support'-functie), alsmede biologische productiefactoren zoals bestuivers, natuurlijke vijanden van ziekten en plagen, en het bodemleven dat bijdraagt aan bodemvruchtbaarheid, -structuur en ziekteonderdrukking (onder andere regenwormen, schimmels en bacteriën). Tevens dragen ze bij aan nutriëntencycli, behoud van de waterkringloop en controle van erosie. Een hoger organisch stikstofgehalte in de bodem kan bijdragen aan het vastleggen van atmosferische koolstofdioxide. Een grotere verscheidenheid aan bodemorganismen in landbouwgronden beïnvloedt het organisch stikstofgehalte positief."

Al voor het verschijnen van de beleidsbrief liepen er verschillende projecten en waren verschillende groepen actief bezig met de duurzame innovatie van de landbouw door middel van verscheidene FAB projecten.

In deze casus wordt beschreven welke handelingsperspectieven in verband gebracht kunnen worden met het beleidsterrein functionele agrobiodiversiteit en welke doelgroepen van het rijksbiodiversiteitsbeleid daarbij zijn betrokken. Op deze wijze wordt een communicatieopgave geformuleerd, toegespitst op de inzet van functionele agrobiodiversiteit, op de landbouwsector en duurzame consumptie.

4.5.1 Beleidsopgave korte termijn

In het nieuwe Beleidsprogramma Biodiversiteit 2008-2011 is het onderwerp 'Biodiversiteit Werkt' als prioritair thema aangemerkt. Functionele Agrobiodiversiteit is een belangrijk onderdeel van het prioritaire thema 'Biodiversiteit Werkt'. Biodiversiteit Werkt geeft onder meer invulling aan de centrale uitdaging van de EU-biodiversiteitsbeleidsmededeling: het veiligstellen van ecosysteemdiensten en een actieve, duurzame benutting daarvan. Dit zal worden bereikt door beleid te formuleren voor het beheer van ecosysteemdiensten in landgebruik in Nederland en het bevorderen en benutten van biodiversiteit in (agro)productieprocessen.

De overheid legt binnen Nederland de volgende accenten die direct betrekking hebben op Functionele Agrobiodiversiteit (beleidsopgave korte termijn):

- ▶ Afspraak over de benodigde transitie
Afspraken met het bedrijfsleven over concrete maatregelen om beter gebruik te maken van ecosysteemdiensten in het nationale landgebruik. Waar nodig worden ook afspraken gemaakt over een vergoeding voor de baten die dit oplevert.
- ▶ Grondgebonden landbouw
Om ervaring op te doen met duurzame productiemethoden in de grondgebonden landbouw heeft het Kabinet in het Investeringsbudget Landelijk Gebied (ILG) de provinciale overheden financiële ruimte gegeven voor het opzetten van pilotprojecten.
- ▶ SPADE
Samen met LTO-Nederland en NAJK wordt een stimuleringsprogramma opgezet om de ervaringen met duurzame productiemethoden in de verschillende grondgebonden landbouwsectoren uit te dragen (SPADE).

De overheid zal ook samenwerking zoeken met internationale partners:

- ▶ Samenwerking binnen de EU
 - In EU-verband zal worden bijgedragen aan het opstarten van een “Learning network on functional Agrobiodiversity”; de startworkshop is begin 2008 in Nederland georganiseerd.
 - Benutten van de mogelijkheden binnen het gemeenschappelijk landbouwbeleid van de EU.
- ▶ De overheid zoekt daarnaast samenwerking met maatschappelijke partners op de volgende activiteiten:
 - Project Functionele Agrobiodiversiteit-2 (FAB 2) (LTO).
 - Pilots Duurzame productie ILG (provincies).
 - Uitvoering Stimuleringsprogramma Agrobiodiversiteit en Duurzaam Bodemgebruik (SPADE); eerste fase (2008 – 2009): (LTO-Nederland en NAJK).
 - Ontwikkeling en onderhoud handboek Referenties Biologische Bodemkwaliteit: VROM met RIVM.
 - EU-learning network functionele agrobiodiversiteit: begeleiden opstartfase.
 - International project office Agrobiodiversiteit DIVERSITAS.

Het FAB beleid heeft zich tot 2008 vooral gekenmerkt door kennisontwikkeling en – verspreiding door middel van onderzoek en pilotprojecten. Tot nu heeft geen van de activiteiten zich gericht op burgers of consumenten of op schakels in de handelsketen of productie-consumptieketen die direct met consumenten in contact staan (zoals horeca en detailhandel). De beoogde effecten zijn gedefinieerd op een hoger niveau in de productie-consumptieketen. De bovengenoemde activiteiten uit het prioritaire thema ‘Biodiversiteit Werkt’ geven aan dat het beleid met betrekking tot het bevorderen van FAB ook in de periode 2008- 2011 verder zal gaan op het met de beleidsbrief in 2004 ingeslagen pad.

4.5.2 *Betrokken doelgroepen*

De volgende doelgroepen zijn betrokken, of zouden meer betrokken moeten worden, bij het bevorderen van het gebruik van functionele agrobiodiversiteit:

- ▶ Agrarische ondernemers
- ▶ Onderzoeks- en kennisinstituten voor fundamenteel onderzoek (bv: NIOO en WU), beleidsondersteunend onderzoek (bv: Alterra en PRI) en praktijkonderzoek (bv: Louis Bolk Instituut en PPO)
- ▶ Rijksoverheid (LNV, VROM), gerelateerde interdepartementale projecten (bijvoorbeeld uit de transitie biodiversiteit) en via de ministeries, de Europese Unie.
- ▶ Andere overheden (gemeenten, provincies en waterschappen)
- ▶ Intermediaire organisaties (adviesbureaus CLM, DLV plant, etc.)
- ▶ Standsorganisaties (LTO, LLTB, ZLTO)
- ▶ Hoger en Middelbaar Groen Onderwijs

Binnen de bovengenoemde doelgroepen is een kleine groep sleutelfiguren aan te wijzen. Zij zijn koplopers op dit terrein en dus actief bezig met kennisproductie, -verspreiding en - implementatie. Buiten deze kleine groep koplopers is de kennis van FAB in veel gevallen nog gering.



Naast deze doelgroepen zijn er veel verschillende stakeholders die belang kunnen hebben bij het implementeren van FAB via de maatschappelijke baten die het oplevert. Dit zijn bijvoorbeeld de agribusiness sector en ketens, huiseigenaren, recreatieschappen, waterschappen en burgers.

4.5.3 *Nulsituatie handelingsperspectieven*

In tegenstelling tot de overige casussen (visserij, hout, toerisme) gaat deze casus niet direct over het verhandelen van producten die een directe relatie hebben met biodiversiteit. In het geval van FAB gaat het om het stimuleren van het functioneel gebruik van biodiversiteit. Dit kan vervolgens bijdragen tot het bereiken van achterliggende beleidsopgaven, zoals het verminderen van het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen.

Ondanks de inzet van de overheid en de landbouwsector bevindt FAB zich nog grotendeels in de pioniersfase. Dit komt voornamelijk omdat functioneel gebruik van biodiversiteit in de landbouw een verregaande verandering vereist in denken en handelen, een transitie. Handelen dat voor de ondernemer bovendien bedrijfseconomische risico's met zich kan meebrengen, bijvoorbeeld wanneer er geen bestrijdingsmiddelen worden gebruikt. Een dergelijke overschakeling vereist vertrouwen en kost tijd. De verwachting is dan ook dat de integratie van FAB in de landbouw stapsgewijs zal moeten plaatsvinden.

Uit de MKBA Hoeksche Waard is gebleken dat FAB veel maatschappelijke baten biedt. Deze baten vloeien op dit moment echter nog niet terug naar de boer in de vorm van extra (financiële) opbrengsten. Deze scheve verhouding tussen de maatschappelijke baten en bedrijfskosten en investeringen manifesteert zich het sterkst in de akkerbouw. De inzet van akkerranden voor plaagbeheersing kost geld door verlies aan productieareaal. Dit kan niet worden goedge maakt door besparingen op gewasbeschermingsmiddelen. In de (melk)veehouderij is de kloof tussen kosten en baten minder diep en soms afwezig.

Rijksoverheid

Het kennisintensieve karakter van FAB vereist veel, veelal meerjarig onderzoek. De door de rijksoverheid gefinancierde inzet van fundamenteel, beleidsondersteunend en praktijkgericht onderzoek vormt dan ook een belangrijke voorwaarde voor het vergroten van de aandacht voor en de benutting van agrobiodiversiteit. De met dit onderzoek gegenereerde kennis is de afgelopen jaren in toenemende mate naar de praktijk gecommuniceerd via de landelijke pilot FAB Hoeksche Waard en de SGB/ILG pilots. De landelijke pilot FAB Hoeksche Waard heeft daarbij bovendien als belangrijke stimulans gewerkt voor nieuwe pilots. De pilots hebben geleid tot een sterke kennistransfer vanuit onderzoek naar de praktijk. De Conferenties 'Boeren Bedrijven Biodiversiteit' en 'Biodiversiteit Werkt' en diverse artikelen en een 'FAB special' in het LTO leden blad 'Nieuwe Oogst' hebben daarnaast bijgedragen aan kennisverspreiding onder de verschillende bij FAB betrokken actoren. Kennisverspreiding via het onderwijs is daarentegen achtergebleven door het gebrek aan communicatie tussen onderzoek en onderwijs en de beperkte ruimte in de curricula.

De successen die zijn geboekt binnen het FAB beleid komen in belangrijke mate voort uit het feit dat op het juiste moment de juiste stimulans is gegeven aan initiatieven die vanuit de sector zelf zijn ontstaan (geen top down beleid, maar stimuleren van bottom-up initiatief).

Zoals gezegd is er echter nog steeds sprake van een *pioniersfase*. Veel pilots en ook kennisinstituten willen de huidige aanpak voortzetten om de leemten in de kennis verder in te vullen en om meer structurele resultaten te boeken. Daarnaast bestaat bij de voorlopers onder de pilots (Zeeland, Hoeksche Waard en Drenthe) de behoefte aan verbreding van de aanpak over de gehele sector (opschaling) en de verknoping met maatschappelijke doelen. Ook een meer gestandaardiseerde uitvoering van FAB die de deelnemers minder afhankelijk maakt van advies en wetenschappelijke begeleiding is wenselijk.

Andere overheden

Andere overheden zijn tot op heden vooral betrokken geweest bij de pilotprojecten. De Beleidsbrief Functionele Agrobiodiversiteit vermeldt over de andere overheden: *"Van andere overheden – provincies, waterschappen en gemeenten – verwachten we een open, stimulerende en faciliterende houding, met name waar het gaat om lokale of gebiedsgerichte initiatieven. Veel kan worden bereikt binnen verantwoordelijkheden die de centrale overheden hebben voor de ontwikkeling van de kwaliteit van het landelijk gebied."* De betrokkenheid van de verschillende actoren die invloed kunnen uitoefenen op de 'FAB waardigheid' van een gebied (bijvoorbeeld via landinrichting) en/of profiteren van de maatschappelijke baten van FAB, is van groot belang. Hierbij kan worden gedacht aan waterschappen, gemeenten, recreatieschappen en terreinbeheerders. Hoewel deze actoren in sommige pilots actief betrokken zijn, is het beeld over de gehele linie vooralsnog minder positief.

Provincies steunen pilots en zijn in veel gevallen bereid deze in de huidige ILG-programma's voort te zetten. De betrokkenheid van de provincies bij de concrete uitvoering en mogelijke verbreding naar gebiedsgericht beleid is in de meeste gevallen echter beperkt.

Uitzonderingen hierop zijn bijvoorbeeld Flevoland, Zeeland en Zuid-Holland. De betrokkenheid van Waterschappen is in de meeste gevallen nog op afstand; er wordt geen directe bijdrage aan de pilots geleverd. Gemeenten zijn bij de meeste pilots niet betrokken, waardoor de verbinding met bestemming, beheer en inrichting van het landelijk gebied ontbreekt. De komende jaren zal nog actiever gewerkt moeten worden aan het betrekken van deze partijen bij FAB. Hierbij verdient niet alleen kennis van FAB aandacht (wat zijn de voordelen en rol voor de betrokken actoren?), maar ook de benodigde capaciteit: wat is aan (extra) inzet van menskracht door de samenwerkende partners in en om de pilots noodzakelijk om een actieve deelname mogelijk te maken en is deze capaciteit ook beschikbaar?

Bedrijven

Een groeiend aantal landbouwbedrijven is aan de slag gegaan met het functioneel gebruik van agrobiodiversiteit. In de biologische sector is het gebruik van functionele agrobiodiversiteit al langer een integraal deel van de bedrijfsvoering. De biologische sector vervult daardoor op veel vlakken een koploperspositie en speelt ook een belangrijke rol in het onderzoek naar FAB. Verder gaat het vooral om bedrijven in de akkerbouw, vollegrondsgroenten, melkveehouderij en veehouderij die deelnamen aan het onderzoeksprogramma Agrobiodiversiteit, de landelijke pilot FAB Hoeksche Waard of de SGB/ILG pilots.



Deze bedrijven besteden onder meer aandacht aan de bodem, plaagbeheersing door natuurlijke vijanden, resistentie van gewassen en rassenkeuze. 'FAB' is mede door verschillende publicaties een bekend begrip geworden in de agrarische sector. Maar wat FAB exact inhoudt en wat het voor bedrijven kan betekenen, is nog onduidelijk.

Deze huidige fase in de benutting van FAB wordt bovenal gekenmerkt door het verkennen van mogelijkheden voor agrobiodiversiteit door de betrokken ondernemers. Zij zien de mogelijkheden in hun bedrijfsvoering, maar zijn niet in staat om de experimenten zelf uit te voeren en de daaraan verbonden risico's te dragen. Vergeleken met de gangbare landbouw gaat het nog om een relatief kleine (pioniers)groep. In de akkerbouw zijn sommige FAB-maatregelen (zoals het gebruik van akkerranden) 'technisch' inmiddels geschikt voor een daadwerkelijke integratie in de gangbare landbouwpraktijk, maar vormt de verevening van maatschappelijk kosten en baten nog een belangrijke uitdaging. Ondernemers moeten daarnaast meer in staat zijn de FAB-methoden in eigen beheer uit te voeren. De experimenten en de pilots zullen daarom geleidelijk moeten worden afgelost door op de reguliere bedrijfsvoering geënte werkwijzen.

Burgers

In het project 'Biodiversiteit Hoeksche Waard voor en door Burgers' is geïnventariseerd in hoeverre initiatieven van burgers om de biodiversiteit te versterken kunnen bijdragen aan de aantrekkelijkheid, identiteit en vitaliteit van de streek. Dit heeft onder meer tot concrete uitvoeringsplannen geleid en tot een model voor het ontwikkelen van biodiversiteitsbeleid samen met burgers. Burgers kunnen dus een rol spelen bij het ontwikkelen van biodiversiteitsbeleid, waaronder FAB. In de praktijk gebeurt dit echter nog nauwelijks.

Consumenten

Op dit moment zijn er voor consumenten die willen bijdragen aan het gebruik van functionele agrobiodiversiteit in de landbouw niet direct handelingsperspectieven. Een uitzondering hierop vormt de aankoop van biologische producten. In de biologische landbouw is het gebruik van FAB al sterk geïntegreerd. Dit wordt echter niet als zodanig gecommuniceerd en dus niet herkend. Wellicht kunnen FAB-producten in de toekomst ook als zodanig worden vermarkt. Op dit moment zijn de maatschappelijke baten echter nog niet zichtbaar voor de samenleving, de afnemer en de consument. Afstemming in de bedrijfskolom ontbreekt op dit punt.

4.5.4 Rol communicatie

De aandacht voor FAB heeft in de afgelopen jaren geleid tot een goede naamsbekendheid binnen de agrarische bedrijfskolom en daaraan verbonden instanties en onderzoeksinstellingen. De kennis van de mogelijkheden en praktische toepassing op bedrijfsniveau is bij *niet-deelnemers* aan de pilots echter beperkt. Hier geldt het uitgangspunt 'eerst zien dan geloven'. Het feit dat FAB het imago van de landbouw verder kan versterken (verminderde afhankelijkheid van chemische middelen, leveren nieuwe, maatschappelijke diensten) wordt echter in toenemende mate onderkend. Hiermee is een goede voedingsbodem gecreëerd voor een verdere kennisontwikkeling rond FAB en toetsing in de praktijk in de komende jaren. Communicatie speelt een belangrijke rol bij het communiceren van de resultaten naar de praktijk. Hierbij moet wel worden opgemerkt dat de

afgelopen jaren al veel communicatie over FAB heeft plaatsgevonden met de praktijk. Dit betekent dat ook aandacht zal moeten worden besteed aan de vraag in hoeverre communicatie en kennisverspreiding naar de praktijk nog een bepalende succesfactor is voor het oppakken van FAB, of dat hier andere factoren een (grotere) rol zijn gaan spelen. Dit neemt niet weg dat communicatie in de huidige fase nog een belangrijk instrument is voor het creëren van draagvlak voor en het vergoten van de (praktische) kennis van FAB.

4.5.5 *Stand van zaken communicatie*

Er is door verschillende actoren veel aan kennisverspreiding/communicatie gedaan. Volgens de betrokkenen bij kennisverspreiding heeft de aandacht in workshops en vakbladen geleid tot het bekend worden van het concept en tot een meer genuanceerde houding van boeren tegenover FAB. Ondanks deze bekendheid met het begrip FAB en de meer genuanceerde houding van ondernemers kampt FAB nog steeds met een imago probleem en associëren veel boeren het nog met 'biologisch'. Daarnaast is een mogelijk nog belangrijker probleem de angst voor bedrijfsrisico's als gevolg van FAB en het wantrouwen dat veel ondernemers koesteren jegens de overheid: de angst bestaat dat wanneer zij vrijwillig gaan meewerken aan het toepassen van FAB-principes, dit uiteindelijk zou kunnen leiden tot nieuwe regels en richtlijnen. Daarentegen zijn de deelnemers aan de FAB-pilots enthousiast en zouden deze ingezet kunnen worden als 'ambassadeurs' om dit wantrouwen weg te nemen.

4.5.6 *Communicatieopgave*

Er is behoefte aan verbreding door meer partijen bij FAB te betrekken (vermaatschappelijken), aan verspreiding van resultaten die al door boeren kunnen worden opgepakt en aan een verdere vergroting van het draagvlak voor FAB. Het door het ministerie van VROM, LNV, LTO en NAJK geïnitieerde SPADE initiatief (stimuleringsprogramma duurzaam bodembeheer en agrobiodiversiteit) kan hierbij een belangrijk instrument vormen. SPADE is ontstaan uit de wens van VROM en LNV om te komen tot meer coördinatie, kennisuitwisseling en afstemming in het FAB-veld. SPADE wordt als belangrijke kans gezien voor de overdracht van kennis naar de praktijk en als een tijdige oplossing voor de gebreken die binnen de kennisketen zijn geconstateerd. Het doel van SPADE is niet alleen om een wisselwerking tussen overheid en agribusiness en tussen onderzoek en praktijk te realiseren, maar ook tussen boeren onderling. Daarbij maakt SPADE gebruik van het netwerk rond de boer. Zo zijn verschillende agrarische (teelt)adviseurs opgeleid tot 'kennismakelaars' om de boer te helpen met praktische tips en trucs voor in het veld. Ook zal de informatie uit de pilots en onderzoeken via de kennismakelaars en de SPADE website worden ontsloten.

Op basis van bovenstaande komen wij, gelet op de overgang van 'pionieren' naar 'professionaliseren' waar het FAB beleid nu in zit, tot de volgende aanbeveling voor communicatie:

1. Communicatiespoor via de Pilots en tussen Pilots onderling

- ▶ Aanbevolen wordt om te kijken of één of enkele 'ambassadeurprojecten' kunnen worden aangewezen (vergelijkbaar met FAB Hoeksche Waard) die kunnen worden gebruikt in de communicatie. Dit zullen projecten moeten zijn die een andere invalshoek van FAB weten te belichten (anders dan het gebruik van akkerranden) om de breedte van het begrip goed onder de aandacht te brengen.



- ▶ De gezamenlijke ervaringen uit de pilots kunnen lopende en nieuwe pilots vooruit helpen en voorkomen dat men in dezelfde valkuilen stapt. Hiertoe zal een systeem van kennisuitwisseling tussen de pilotprojecten moeten worden ontwikkeld. Zowel rijk als provincies kunnen hierbij een belangrijke rol spelen.

2. Communicatiespoor Onderwijs

- ▶ Zorgdragen voor een nadrukkelijke koppeling met het onderwijs door het actief benaderen van onderwijsinstellingen via het netwerk Groene Kennis Coöperatie. Samen met hen dient nagegaan te worden welke activiteiten kunnen helpen bij het opnemen van FAB in de reguliere onderwijsprogramma's. Dit kan leiden tot acties als bijeenkomsten tussen kennisinstituten en onderwijsinstellingen, pilotprojecten en onderwijsinstellingen, stages bij FAB-bedrijven, het leveren van docenten, het opstellen van lesmateriaal, etc. Het Rijk neemt het voortouw om de dialoog met de onderwijsinstellingen te openen en gaande te houden.
- ▶ De provincies en sector staan aan de lat van de pilotprojecten en zijn daarmee in de positie om in de pilotprojecten de betrokkenheid van onderwijsinstellingen te vergroten. Deze koppeling tussen pilotprojecten en onderwijs (bijvoorbeeld door middel van stages) zou nadrukkelijker moeten worden gelegd.
- ▶ Het onderwijs dient meer gestimuleerd te worden om actief op zoek te gaan naar nieuwe kennis. Het onderzoek kan vervolgens op deze vraag inspelen.

3. Communicatie spoor SPADE

- ▶ Het SPADE-programma kan een belangrijk instrument vormen voor draagvlakvergroting en het verspreiden van FAB kennis die in de praktijk toepasbaar is. SPADE kan bovendien bijdragen aan het meer op één lijn krijgen van de boeren die met FAB aan de slag willen en de toeleveranciers en adviseurs die nog werken vanuit de principes van de gangbare landbouw.



5 Conclusies

De in dit rapport gepresenteerde analyse heeft primair tot doel om voor de belangrijkste handelingsdomeinen de communicatieopgave voor het rijksbiodiversiteitbeleid vast te stellen, zowel vanuit een lange als een korte termijn perspectief: wat verwachten we van de handelingsgerichte biodiversiteitcommunicatie met de doelgroepen?

De communicatieve analyse van de doelgroepen van het biodiversiteitbeleid en de handelingspraktijken waaraan zij verbonden zijn, vergt een systematische aanpak. Het aantal handelingspraktijken is dermate breed dat een helder conceptueel kader en systematische analyse noodzakelijk zijn om de lange termijn en korte termijn communicatieopgaven verbonden aan handelingspraktijken en de betrokken beleidsopgaven te kunnen vaststellen. Uitgangspunt hierbij is dat de analyse van handelingspraktijken het niveau van de afzonderlijke doelgroepen overstijgt: handelingspraktijken zijn ketens die doelgroepen doorsnijden en verbinden. De verschillende doelgroepen hebben binnen deze ketens een eigen rol en verantwoordelijkheid waar het gaat om het realiseren van de voor de handelingspraktijk relevante beleidsopgaven.

Een indeling van de brede variatie aan handelingspraktijken in *handelingsdomeinen* blijkt een goed bruikbare manier om handelingspraktijken op een systematische manier te analyseren. Per domein kunnen de functies van biodiversiteit (ecosysteemdiensten) worden benoemd die binnen het domein worden benut. Dit in tabel 1 paragraaf 2.2 gepresenteerde overzicht biedt concrete handvatten voor de communicatie met de doelgroep, met name waar het gaat om bewustwording met betrekking tot de functies en waarde van biodiversiteit die voor de betreffende praktijk specifiek relevant zijn. Door de handelingsdomeinen (waar nodig) verder onder te verdelen in subdomeinen en handelingspraktijken wordt een analyseniveau bereikt waarop concrete handelingsperspectieven (of het ontbreken daarvan) kunnen worden geïdentificeerd die bijdragen aan behoud en duurzaam gebruik van biodiversiteit. Ook het identificeren van deze handelingsperspectieven kan systematisch worden opgepakt door uit te gaan van de *handelingsketen* die bij een domein hoort: productie-consumptie keten of ontwerp-realisatie keten. Voor iedere ketenschakel kan vervolgens worden beoordeeld welke handelingsperspectieven mogelijk zijn (m.b.v. enkele hoofdcategorieën van kansen en bedreigingen). Het resultaat van een eerste exercitie m.b.v. de ontwikkelde systematische methodiek is te vinden in bijlage 1.

Voor het vaststellen van de *lange termijn communicatieopgave* is per domein inzicht nodig in het streefbeeld (waar willen we naar toe?) en van de nulsituatie (waar staan we nu?). De ruimte tussen beiden is bepalend voor de inzet van communicatie als onderdeel van een bredere instrumentenmix. Aangezien de opgestelde streefbeelden nog geen breed gedragen streefbeelden zijn, vereist een enigszins houdbare vaststelling van de lange termijn communicatieopgave per domein dat deskundigen worden geraadpleegd en stakeholders worden betrokken. Wel is het mogelijk gebleken om, mede op basis van de analyse van handelingsperspectieven en het opstellen van voorbeelden van streefbeelden per domein, de elementen te benoemen die naar verwachting onderdeel zullen uitmaken van de lange termijn communicatieopgave voor ieder domein. Het gaat dan om meer abstracte opgaven als bewustwording van de doelgroepen op het gebied van de functies van biodiversiteit en de

relevantie voor 'hier en nu' en 'daar en later'. Deze lange termijn opgaven kunnen specifieke vormen van communicatie vergen (zoals een massamediale draaggolfcampagne), maar zullen ook moeten worden meegenomen binnen de korte termijn communicatieopgaven.

Het vaststellen van de *korte termijn communicatieopgave* vereist een analyse van specifieke handelingspraktijken en hieraan gekoppelde beleidsopgaven, doelgroepen en handelingsperspectieven. Binnen de scope van deze BOFO studie is het niet haalbaar om een dergelijke analyse voor de volle breedte aan handelingspraktijken uit te voeren. Om deze reden zijn enkele cases als voorbeeld uitgewerkt. Uit deze case studies blijkt dat het goed mogelijk is om voor specifieke handelingspraktijken de korte termijn communicatieopgave vast te stellen. Deze geeft inzicht in de inhoud van de communicatie op korte termijn, uitgaande van de beleidsopgaven en de nulsituatie met betrekking tot de doelgroepen en de handelingspraktijk. Hierbij moet worden aangetekend dat de huidige analyses niet in samenwerking met de betrokken partijen zijn uitgevoerd, maar op basis van direct beschikbare informatie. Uit het oogpunt van draagvlak en kennis is betrokkenheid van de diverse belanghebbenden wel wenselijk. De case studies geven ook inzicht in de verschillende zenders die zich actief richten op de betreffende handelingspraktijk waaronder de (huidige) communicatierol van de rijksoverheid. Voor de resultaten van de case studies wordt verwezen naar de betreffende paragrafen.

Naast een analyse van de lange termijn en korte termijn communicatieopgaven levert dit rapport vooral ook **een systematische methodiek** voor toekomstige of meer gedetailleerde analyses van domeinen en handelingspraktijken. Tevens biedt dit rapport de conceptuele en inhoudelijke basis voor de communicatiedoelstelling van het Beleidsprogramma Biodiversiteit Werkt, nl. het **zichtbaar maken van functies en waarden van biodiversiteit**.



Bijlage 1 Handelingsdomeinen, subdomeinen, beoogde handelingspraktijken en geboden handelingsperspectieven

Handelingsdomeinen	Subdomeinen	Beoogde handelingspraktijken	Geboden handelingsperspectieven
Eten & drinken	Eten	<p>Eten & drinken</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ biodiversiteitvriendelijk eten & drinken door: <ul style="list-style-type: none"> ➢ ontwikkeling/versterking van nieuwe voedselmarkten/ economieën gebaseerd op biodiversiteitsprincipes variatie & regionale identiteit en/of door technologische productinnovatie ➢ verduurzaming talloze bestaande biodiversiteitbelastende voedsel- en drankketens zoals vlees, vis, soja, cacao, kaas, melk, koffie, etc. 	<p>Ontwerp</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ productinnovatie (ontwerpen met biodiversiteit, bijv. eiwitten uit algen) ▶ innovatie productiewijzen 1 (ontwerpen met en voor biodiversiteit, bijv. FAB-onderzoek) ▶ innovatie productiewijzen 2 (ontwerpen voor biodiversiteit, bijv. onderzoek naar energie- en waterefficiënte productiewijzen)
	Drinken		<p>Grondstoffenwinning & productie</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ verantwoorde winning van oorspronkelijk genetisch materiaal ▶ verduurzaming productie(ketens): <ul style="list-style-type: none"> ➢ productkeuze (bijv. inheemse rassen) ➢ seizoensgebonden productie ➢ inzetten van FAB voor bodemvruchtbaarheid en natuurlijke plaagbestrijding/vermindering kunstmest en bestrijdingsmiddelen ➢ energie- en waterefficiënte productie <p>Distributie & aankoop</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ lokale/regionale distributie & afzet ▶ aanbod via alle gebruikelijke distributiekkanalen (supermarkten, tankstations, markten, automaten) ▶ keurmerken

Handelingsdomeinen	Subdomeinen	Beoogde handelingspraktijken	Geboden handelingsperspectieven
			<p>Gebruik & Afval</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ gezond & gevarieerd eten ▶ niet of minder consumeren van niet-duurzaam geproduceerde vlees, vis, soja, cacao, kaas, melk, koffie, etc. ▶ consumeren duurzaam geproduceerd vlees, vis, soja, kaas, melk, cacao, koffie, etc. ▶ consumeren nieuwe producten (bijv. eiwitten uit algen) ▶ consumeren regionale producten ▶ consumeren seizoensproducten ▶ consumeren producten van inheemse rassen ▶ composthoop aanleggen
Kleden & persoonlijke verzorging	Kleden	Biodiversiteitsvriendelijk kleden	<p>Ontwerp</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ ontwerpen met (nieuwe) natuurlijke materialen/biodiversiteit: <ul style="list-style-type: none"> ➢ productinnovatie (voorbeeld: ?) ▶ innovatie productiewijzen (ontwerpen voor biodiversiteit bijv. onderzoek naar energie- en waterefficiënte productiewijzen): <ul style="list-style-type: none"> ➢ planten: katoen, wol, e.d. ➢ dieren: leer, e.d.



Handelingsdomeinen	Subdomeinen	Beoogde handelingspraktijken	Geboden handelingsperspectieven
			<p>Grondstoffenwinning & productie</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ verantwoorde winning van oorspronkelijk genetisch materiaal ▶ verduurzaming productie(ketens): <ul style="list-style-type: none"> ➢ productkeuze (bijv. inheemse rassen) ➢ seizoensgebonden productie ➢ inzetten van FAB voor bodemvruchtbaarheid en natuurlijke plaagbestrijding/vermindering kunstmest en bestrijdingsmiddelen ➢ energie- en waterefficiënte productie <p>Distributie & aankoop</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ lokale/regionale distributie & afzet ▶ aanbod via alle gebruikelijke distributiekanaal (retailers, postorderbedrijven) ▶ keurmerken <p>Gebruik & afval</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ kleding wassen met biodiversiteitsvriendelijke wasmiddelen ▶ gescheiden afvoeren
	Persoonlijke verzorging	Biodiversiteitsvriendelijke persoonlijke verzorging	<p>Ontwerp</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ productinnovatie (ontwerpen met biodiversiteit, bijv. persoonlijke verzorgingsartikelen uit algen, wieren, planten, etc) ▶ innovatie productiewijzen 1 (ontwerpen met en voor biodiversiteit, bijv. FAB-onderzoek) ▶ innovatie productiewijzen 2 (ontwerpen voor biodiversiteit, bijv. onderzoek naar energie- en waterefficiënte productiewijzen)

Handelingsdomeinen	Subdomeinen	Beoogde handelingspraktijken	Geboden handelingsperspectieven
			<p>Grondstoffenwinning & productie</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ verantwoorde winning van oorspronkelijk genetisch materiaal ▶ verduurzaming productie(ketens): <ul style="list-style-type: none"> ➢ productkeuze (bijv. inheemse rassen) ➢ inzetten van FAB voor bodemvruchtbaarheid en natuurlijke plaagbestrijding/vermindering kunstmest en bestrijdingsmiddelen ➢ energie- en waterefficiënte productie
			<p>Distributie & aankoop</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ lokale/regionale distributie & afzet ▶ aanbod via alle gebruikelijke distributiekanaal (supermarkt, drogisterij, parfumerie) ▶ keurmerken
			<p>Gebruik & afval</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ gescheiden afvoeren
Gezond blijven & beter worden	<p>Gezond blijven:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Eten & drinken ▶ Bewegen ▶ Wonen 	<p>Zie eten & drinken (= gezond en gevarieerd eten & drinken)</p> <p>Zie verplaatsen/recreatie (= gezonde inspanning & ontspanning)</p> <p>Zie wonen (= gezonde, groene woon- en werkomgeving)</p>	
	Beter worden	<p>Beter worden met biodiversiteit</p> <p>Biodiversiteitvriendelijk beter worden</p>	<p>Ontwerp</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ productinnovatie/ontwerpen met biodiversiteit: ontwikkeling van nieuwe medicijnen en geneesmethoden (bijv. maden bij wondgenezing) ▶ innovatie productiewijzen/ontwerpen voor biodiversiteit: biodiversiteitvriendelijke grondstoffenwinning & productie



Handelingsdomeinen	Subdomeinen	Beoogde handelingspraktijken	Geboden handelingsperspectieven
			<p>Grondstoffenwinning & productie</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ verantwoorde winning van oorspronkelijk genetisch materiaal ▶ verduurzaming productie(ketens): <ul style="list-style-type: none"> ➢ productkeuze (bijv. inheemse rassen) ➢ inzetten van FAB voor bodemvruchtbaarheid en natuurlijke plaagbestrijding/vermindering kunstmest en bestrijdingsmiddelen ➢ energie- en waterefficiënte productie <p>Distributie & afzet</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ nieuwe geneesmethoden en biodiversiteitsvriendelijke medicijnen opnemen in verzekering ▶ opleiden artsenbezoekers & artsen ▶ biodiversiteitsopcenten t.b.v. Biodiversiteitsfonds (NB. moet eigenlijk elders bij beschrijving overheidsinstrumenten) <p>Gebruik & afval</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ kuren afmaken ▶ verantwoorde afvoer medicijnen
Wonen & tuinieren	Wonen (incl. bedrijfshuisvesting)	Biodiversiteitsvriendelijk wonen	<p>Ontwerp</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ ontwerpen met natuurlijke materialen/biodiversiteit (o.a. grasdaken, rietdaken, hout) ▶ ontwerpen voor biodiversiteit: <ul style="list-style-type: none"> ➢ energiezuinige woningen (woningisolatie, zonne-energie, warmte- en koude-opslag) ➢ zwaludakpannen, e.d.

Handelingsdomeinen	Subdomeinen	Beoogde handelingspraktijken	Geboden handelingsperspectieven
			<p>Grondstoffenwinning & woningbouw</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ gebruik van duurzaam geproduceerde natuurlijke materialen (o.a. FSC-hout) ▶ hergebruik sloopmaterialen <hr/> <p>Verkopen & kopen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ biodiversiteitswaarde expliciteren zowel inhoudelijk als financieel (bijv. met biodiversiteitscertificaat) <hr/> <p>Gebruik & sloop</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Gescheiden afvoer gericht op hergebruik
	Tuinieren	Biodiversiteitvriendelijk tuinieren	<p>Ontwerp</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ ontwerpen met biodiversiteit: <ul style="list-style-type: none"> ➢ tuinontwerp dat inheemse biodiversiteit bevordert ➢ inheemse bomen, struiken en planten aangepast aan de lokale bodem – en (grond)wateromstandigheden ▶ ontwerpen voor biodiversiteit <ul style="list-style-type: none"> ➢ tuinontwerp en materiaalgebruik dat biodiversiteit elders niet schaadt ▶ modeltuinen voor biodiversiteit <hr/> <p>Grondstoffenwinning/productie, distributie & aankoop materialen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ duurzaam geproduceerde tuinartikelen (o.a. FSC-hout, compost) ▶ beschikbaarheid inheemse bomen, struiken en planten vergroten



Handelingsdomeinen	Subdomeinen	Beoogde handelingspraktijken	Geboden handelingsperspectieven
			<p>Aanleg</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ zo min mogelijk aanvoeren van grond en tuinartikelen en –materialen van elders ▶ afkoppelen regenwaterafvoer /regentonnen ▶ inheemse soorten aanplanten ▶ heggen i.p.v. schuttingen. ▶ voortplantings-, schuil- en voergelegenheid bieden voor vogels, egels, insecten, e.d. <p>Gebruik & onderhoud</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ moestuinen met inheemse rassen ▶ bevorderen levende bodem/ tuinieren zonder spitten ▶ gebruik van natuurlijke onkruidbestrijdingsmiddelen ▶ kringlopen bevorderen: composthoppen & composttonnen
Verplaatsen	Mobiliteit	Biodiversiteitvriendelijke mobiliteit	<p>Beleid & planning</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ beperken gemotoriseerde mobiliteit, m.n. vliegen en autorijden ▶ stimuleren openbaar vervoer, fietsen en wandelen ▶ compensatie-instrumenten voor negatieve effecten <p>Verplaatsen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ niet of minder vliegen ▶ niet of minder autorijden ▶ compenseren van vliegereizen en autorijden
	Infrastructuur	Biodiversiteitvriendelijke infrastructuur	<p>Planning</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ (uitbreiding) biodiversiteittoets infrastructuurplannen

Handelingsdomeinen	Subdomeinen	Beoogde handelingspraktijken	Geboden handelingsperspectieven
			<p>Ontwerp</p> <p>Ontwerpen voor biodiversiteit:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ landschappelijke en ecologische inpassing nieuwe infrastructuur (voorkomen verdere versnippering leefgebieden) ▶ verbetering landschappelijke en ecologische inpassing bestaande infrastructuur (faunapassages, e.d.) ▶ aanpassing commerciële en recreatieve vaarroutes <p>Ontwerpen met biodiversiteit:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ beperken verstoringseffecten door licht, lawaai, fijn stof en luchtverontreiniging op mens en biodiversiteit, o.a. door gebruikmaken van biodiversiteit(natuurlijke geluidswallen, fijn stofvangers, e.d.) <p>Grondstoffenwinning & aanleg</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ gebruikmaken van duurzaam gewonnen/geproduceerde grondstoffen ▶ beperking verstoringseffecten van aanleg <p>Gebruik, onderhoud & afval</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ gebruik gericht op minimale verstoring biodiversiteit (maximale snelheid e.d.) ▶ onderhoud gericht op minimale verstoring biodiversiteit (voor wat betreft lawaai, licht, broedseizoen, etc.) ▶ gescheiden afvoer gericht op hergebruik



Handelingsdomeinen	Subdomeinen	Beoogde handelingspraktijken	Geboden handelingsperspectieven
Recreëren	Dagelijkse recreatie eigen omgeving	Biodiversiteitsvriendelijke dagelijkse recreatie eigen omgeving (spelen, wandelen, fietsen, natuur- en biodiversiteit beleven en onderzoeken)	<p>Planning (uitbreiding) biodiversiteittoets planning van lokaal 'groen'</p> <p>Ontwerp</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ ontwerpen met biodiversiteit: <ul style="list-style-type: none"> ▶ lokaal 'groen' dat inheemse biodiversiteit bevordert ▶ inheemse bomen, struiken en planten aangepast aan de lokale bodem – en (grond)water-omstandigheden ▶ ontwerpen voor biodiversiteit: <ul style="list-style-type: none"> ▶ ontwerp en materiaalgebruik dat biodiversiteit elders niet schaadt ▶ landschappelijke en ecologische inpassing van lokaal 'groen' ▶ verbetering landschappelijke en ecologische inpassing bestaand 'groen' ▶ ontwerp van modeltuinen voor biodiversiteit <p>Grondstoffenwinning & aanleg</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ beperking verstoringseffecten van aanleg ▶ gebruikmaken van inheemse bomen, struiken en planten ▶ gebruiken van duurzaam geproduceerde tuinartikelen (o.a. FSC-hout voor afzettingen en boompaaltjes, turf/veengrond)

Handelingsdomeinen	Subdomeinen	Beoogde handelingspraktijken	Geboden handelingsperspectieven
			<p>Onderhoud & afval</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ onderhoud gericht op minimale verstoring biodiversiteit (voor wat betreft lawaai, licht, broedseizoen, etc.) ▶ gebruik van natuurlijke onkruidbestrijdingsmiddelen ▶ kringlopen bevorderen: composthopen & composttonnen ▶ gescheiden afvoer gericht op hergebruik (bijv. voor bio-energie)
	Dagrecreatie – commercieel (trips, uitjes)	Biodiversiteitvriendelijke dagrecreatie (trips naar steden en natuurgebieden)	<p>Beleid & planning:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ sturing geven aan toeristische stromen: waar is draagkracht voor toerisme, waar is groei van toerisme gewenst? ▶ aanbod van vervoer en vermaak voor dagrecreatie (vestiging nieuwe bedrijven en aangeboden producten en diensten) afstemmen op het voorkomen van een impact op biodiversiteit en zo mogelijk bijdragen aan instandhouding en versterken van biodiversiteit. <p>Ontwerp en realisatie:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ inrichten dagrecreatie met aandacht voor biodiversiteit, waar mogelijk (bijvoorbeeld stadsparken, wandelpaden in natuurgebieden) ▶ inbouwen informatieoverdracht naar bezoekers (zoals informatieborden over aanwezige biodiversiteit, voorkomen afval) ▶ zorgdragen voor biodiversiteitvriendelijk vervoer en vermaak (zoals gebruik fluisterboten voor recreatievaart, openbaar vervoer mogelijkheden afstemmen op recreatieaanbod, etc.)



Handelingsdomeinen	Subdomeinen	Beoogde handelingspraktijken	Geboden handelingsperspectieven
	Verblijfsrecreatie – commercieel	Biodiversiteitvriendelijke verblijfsrecreatie (kamperen, ecolodge, etc.)	<p>Planning</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ (uitbreiding) biodiversiteittoets aanleg verblijfsrecreatie <p>Ontwerp en realisatie</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ ontwerpen met aandacht voor biodiversiteit, zowel de faciliteiten (natuurlijke materialen zoals grasdaken; energiezuinig door bijv. isolatie en zonne-energie) als het terrein (inheemse soorten, landschappelijke en ecologische inpassing) ▶ gebruik duurzaam geproduceerde bouwmaterialen (zoals FSC hout) ▶ inbouwen informatieoverdracht naar bezoekers (zoals informatieborden over aanwezige biodiversiteit, voorkomen afval) <p>Terreinbeheer</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ onderhoud gericht op minimale verstoring biodiversiteit (voor wat betreft lawaai, licht, broedseizoen, etc.) ▶ gebruik van natuurlijke onkruidbestrijdingsmiddelen, FAB ▶ kringlopen bevorderen: composthoppen & composttonnen ▶ gescheiden afvoer gericht op hergebruik (bijv. voor bio-energie)

Handelingsdomeinen	Subdomeinen	Beoogde handelingspraktijken	Geboden handelingsperspectieven
	Toerisme buitenland - commercieel	Biodiversiteitvriendelijk buitenlands toerisme (kamperen, ecolodge, etc.)	<p>Beleid & planning</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ bewustwording burgers ten aanzien van duurzaam toerisme en mogelijke impacts op biodiversiteit ▶ bewustwording tour operators ten aanzien van duurzaam toerisme en mogelijke impacts op biodiversiteit <p>Sturing</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ stimuleren 'groen' aanbod buitenland vakanties (veel initiatieven zijn al ontwikkeld) ▶ tour operators inzicht geven in mogelijkheden voor biodiversiteitvriendelijke reisproducten (met name ontwikkeling en aanbod praktische tools) ▶ stimuleren reizen per bus, trein, fiets en/of wandelvakanties ▶ compensatie-instrumenten voor vliegreizen en autorijden ▶ informatieoverdracht naar burgers
Energie gebruiken	Energie gebruiken in mobiele installaties en apparaten (o.a. auto's, laptops, etc)		<p>Beleid & planning</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ eigen aankopen richten op energiezuinige installaties en apparaten (o.a. via Duurzaam Inkopen Programma) ▶ bewustwording burgers ten aanzien van energiegebruik <p>Sturing</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ informatieoverdracht en tips ten aanzien van bezuiniging (leren van de 'Hier' campagne)



Handelingsdomeinen	Subdomeinen	Beoogde handelingspraktijken	Geboden handelingsperspectieven
	Energie gebruiken in vaste installaties en apparaten (o.a. cv-ketels e.d.)		<p>Beleid & planning</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ eigen aankopen richten op energiezuinige installaties en apparaten (o.a. via Duurzaam Inkopen Programma) ▶ bewustwording burgers ten aanzien van energiegebruik ▶ (stimuleren) inkoop groene energie <p>Sturing</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ informatieoverdracht en tips ten aanzien van bezuiniging (leren van de 'Hier' campagne)
Inkomen verdienen, geld uitgeven, sparen & beleggen	Inkomen verdienen	<p>Maatschappelijk verantwoord inkomen verdienen met biodiversiteit</p> <p>Biodiversiteitvriendelijk inkomen verdienen</p>	<p>Innovatie/organisatieontwikkeling (MVO- biodiversiteit)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ ontwikkeling van nieuwe producten & diensten met biodiversiteit (o.a. in industrie, recreatie & toerisme, e.d.) ▶ verduurzamen bestaande productie & dienstverlening i.v.m. biodiversiteit <p>Distributie/reclame</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ profileren als biodiversiteitvriendelijke werkgever/organisatie <p>Baan zoeken:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ kiezen voor biodiversiteitvriendelijke werkgever/organisatie
	Geld uitgeven	Biodiversiteitvriendelijk geld uitgeven (= consumeren). Zie andere domeinen zoals eten & drinken, kleden & persoonlijke verzorging, commerciële recreatievormen (productie- en consumptieketens)	

Handelingsdomeinen	Subdomeinen	Beoogde handelingspraktijken	Geboden handelingsperspectieven
	Sparen & investeren spaargelden	Biodiversiteitvriendelijk sparen & investeren spaargelden	<p>Innovatie</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ ontwikkelen 'groene' spaarproducten ▶ verduurzamen bestaande spaarproducten <p>Distributie/reclame</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ aanbieden 'groene' spaarproducten <p>Sparen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ kiezen voor 'groene' spaarproducten <p>Investeren spaarfondsen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ kredietverstrekking volgens opgestelde 'groene' criteria ▶ projectfinanciering volgens opgestelde 'groene' criteria
	Beleggen & investeren beleggingsgelden	<p>Biodiversiteitvriendelijk beleggen</p> <p>Biodiversiteitvriendelijk investeren beleggingsgelden</p>	<p>Innovatie</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ ontwikkelen 'groene' beleggingsproducten ▶ verduurzamen 'mainstream' beleggingsproducten ▶ verduurzamen bestaande investeringen in productie & dienstverlening door de ontwikkeling en opname van biodiversiteitgerichte ('groene') beleggingscriteria <p>Distributie/reclame</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ aanbieden en expliciet promoten van 'groene' beleggingsproducten <p>Sparen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ kiezen voor 'groene' beleggingsproducten <p>Investeren door beleggingsfondsen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ kredietverstrekking volgens opgestelde 'groene' criteria ▶ projectfinanciering volgens opgestelde 'groene' criteria



Handelingsdomeinen	Subdomeinen	Beoogde handelingspraktijken	Geboden handelingsperspectieven
Ruimtelijk inrichten		Biodiversiteitvriendelijk ruimtelijk inrichten	Beleid- en planvorming <ul style="list-style-type: none"> ▶ ruimtelijke inrichting afstemmen op ecologische structuren en de potentiële bijdrage aan instandhouding en versterking van biodiversiteit (ecoregionale ontwikkeling)
			Realisatie <ul style="list-style-type: none"> ▶ bij inrichting (bouw, groenvoorziening, etc.) gebruik maken van duurzaam geproduceerde materialen etc. (zie tevens Bouwen)
			Beheer <ul style="list-style-type: none"> ▶ beheer met aandacht voor biodiversiteit, waaronder gebruik van functionele agrobiodiversiteit, etc.

