

# Beleving en participatie natuur, landschap en groen in Limburg

Resultaten enquêtes onder burgers en bedrijven



Auteur	Agnes van den Berg
Organisatie	Natuurvoormensen omgevingspsychologisch onderzoek
Email   website	<a href="mailto:natuurvoormensen@gmail.com">natuurvoormensen@gmail.com</a>   <a href="http://www.natuurvoormensen.nl">www.natuurvoormensen.nl</a>
Opdrachtgever	Provincie Limburg
Contactpersoon opdrachtgever	Ellen Huls, Hilde Gorissen
Samenwerkingspartner	GfK
Contactpersonen GfK	Linda van den Langenberg, Maartje Boom, Frans Louwen
Datum	12 oktober 2015

# Inhoud

<b>SAMENVATTING</b> .....	<b>4</b>
<b>1. INLEIDING</b> .....	<b>8</b>
1.1 DOEL EN ONDERZOEKSVRAGEN .....	9
1.2 GROEPSVERSCHILLEN .....	11
1.3 VERGELIJKBARE ONDERZOEKEN IN ANDERE PROVINCIES EN NEDERLAND .....	14
1.4 LEESWIJZER.....	14
<b>2. METHODE</b> .....	<b>15</b>
2.1 STEEKPROEF BURGERS.....	15
2.2 STEEKPROEF BEDRIJVEN.....	17
2.3 VRAGENLIJST EN PROCEDURE.....	19
2.4 ANALYSE .....	19
<b>3. WAARDERING NATUUR, LANDSCHAP EN GROEN</b> .....	<b>21</b>
3.1 BELANG VOOR LEEF- EN ONDERNEMINGSKLIMAAT .....	22
3.2 OORDEEL OVER HOEVEELHEID NATUUR, LANDSCHAP EN GROEN IN LIMBURG .....	23
3.3 OORDEEL OVER ONTWIKKELING NATUUR, LANDSCHAP EN GROEN IN AFGELOPEN 5 JAAR .....	23
3.4 RAPPORTCIJFERS, NATUUR, LANDSCHAP EN GROEN IN HEEL LIMBURG .....	24
3.5 DRAAGVLAK VOOR INITIATIEVEN RONDOM NATUUR, LANDSCHAP EN GROEN .....	25
<b>4. NATUUR, LANDSCHAP EN GROEN IN DE EIGEN OMGEVING</b> .....	<b>29</b>
4.1 BELANG NATUUR, LANDSCHAP EN GROEN IN DE OMGEVING .....	30
4.2 OORDEEL HOEVEELHEID NATUUR, LANDSCHAP EN GROEN IN DE OMGEVING .....	32
4.3 OORDEEL ONTWIKKELING NATUUR, LANDSCHAP EN GROEN IN DE OMGEVING .....	34
4.4 RAPPORTCIJFERS NATUUR, LANDSCHAP EN GROEN IN DE OMGEVING.....	35
4.5 BEZOEK NATUUR, LANDSCHAP EN GROEN IN DE OMGEVING .....	36
4.6 VERSCHILLEN TUSSEN STEDELIJKHEIDSNIVEAUS .....	37
4.7 VERSCHILLEN TUSSEN REGIO'S .....	38
4.8 VERGELIJKING CIJFERS LIMBURG MET ANDERE ONDERZOEKEN .....	39
<b>5. PARTICIPATIEBEREIDHEID</b> .....	<b>40</b>
5.1 BEKENDHEID MET BELEID .....	41
5.2 HOUDING TEGENOVER PARTICIPATIE .....	42
5.3 BEREIDHEID OM ZELF MEER VERANTWOORDELIJKHEID TE NEMEN .....	43
5.4 PARTICIPATIE IN ACTIVITEITEN - BURGERS.....	44
5.5 PARTICIPATIE IN ACTIVITEITEN - BEDRIJVEN .....	46
5.6 SPECIFIEKE VORMEN VAN PARTICIPATIE.....	47
<b>6. KANSEN EN BELEMMERINGEN VOOR PARTICIPATIE</b> .....	<b>52</b>
6.1 MOTIEVEN VOOR PARTICIPATIE - BURGERS .....	53
6.2 MOTIEVEN VOOR PARTICIPATIE - BEDRIJVEN .....	54
6.3 BELEMMERINGEN VOOR PARTICIPATIE - BURGERS .....	55
6.4 BELEMMERINGEN VOOR PARTICIPATIE - BEDRIJVEN .....	56
6.5 ONDERSTEUNENDE ROL PROVINCIE - BURGERS .....	57
6.6 ONDERSTEUNENDE ROL PROVINCIE - BEDRIJVEN .....	58

<b>7. CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN BURGERS</b> .....	<b>60</b>
7.1 BELEVING EN WAARDERING NATUUR, LANDSCHAP EN GROEN .....	60
7.2 PARTICIPATIEBEREIDHEID .....	61
7.3 VERSCHILLEN TUSSEN LEEFSTIJLGROEPEN .....	63
<b>8. CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN BEDRIJVEN</b> .....	<b>67</b>
8.1 BELEVING EN WAARDERING NATUUR, LANDSCHAP EN GROEN .....	67
8.2 PARTICIPATIEBEREIDHEID .....	68
8.3 VERSCHILLEN TUSSEN SECTOREN .....	70
<b>LITERATUUR</b> .....	<b>74</b>
<b>BIJLAGE 1: OVERZICHT VRAGEN</b> .....	<b>75</b>
<b>BIJLAGE 2: ACHTERGRONDKENMERKEN</b> .....	<b>78</b>
KENMERKEN WOON-/BEDRIJFSOMGEVING .....	78
SOCIAAL-DEMOGRAFISCHE KENMERKEN .....	79
BEDRIJFSKENMERKEN .....	80

## Samenvatting

In opdracht van de Provincie Limburg zijn twee grootschalige enquêtes uitgevoerd onder representatieve steekproeven van 1043 inwoners en 357 bedrijven in Limburg. Belangrijkste doel van deze enquêtes was om meer inzicht te krijgen in hoe burgers en bedrijven in Limburg natuur, landschap en groen beleven en waarderen, en in hoeverre zij zich betrokken bij en/of verantwoordelijk voelen voor het beheer en de ontwikkeling ervan.

### Beleidsachtergrond

Door de decentralisatie is het natuur- en landschapsbeleid een kerntaak voor de Provincie Limburg geworden. Eén van de beleidslijnen die in het Provinciaal Omgevingsplan Limburg uit 2014 zijn uitgezet wordt gevormd door het thema 'vermaatschappelijking van natuur'. Daarbij worden nieuwe partners, waaronder met name bedrijven en burgers, in toenemende mate gestimuleerd om zelf het initiatief te nemen om zorg te dragen voor de aantrekkelijkheid van hun eigen leefomgeving. Om de beleidslijn 'vermaatschappelijking van natuur' verder uit te werken organiseert de Provincie Limburg onder de naam 'Hart in het Groen' een maatschappelijke dialoog en digitale leeromgeving waar burgers en ondernemers elkaar kunnen inspireren en ervaringen kunnen uitwisselen. De resultaten van de enquêtes die in dit rapport zijn beschreven worden gebruikt als input voor deze maatschappelijke dialoog en digitale leeromgeving.

### Waardering natuur, landschap en groen

Natuur, landschap en groen in Limburg worden over het algemeen belangrijk gevonden en positief gewaardeerd door zowel burgers als bedrijven. Negen op de tien burgers vinden natuur, landschap en groen in Limburg heel belangrijk voor het leefklimaat, ongeveer de helft van de bedrijven vindt natuur, landschap en groen heel belangrijk voor het ondernemingsklimaat. Burgers waarderen de kwaliteit van natuur, landschap en groen in de provincie gemiddeld met een 7,6, bedrijven geven gemiddeld een 7,5. Inwoners van Limburg geven hogere cijfers aan de kwaliteit van natuurgebieden en landschap in hun provincie dan inwoners van Noord-Brabant.

Burgers en bedrijven in Limburg vinden het groen in de buurt net zo belangrijk als natuur en landschap in de bredere omgeving, en vooral burgers maken er ook volop gebruik van. Burgers en bedrijven zijn echter minder tevreden met het groen dan met natuur en landschap. Ze ervaren vaker een tekort aan groen in hun buurt dan een tekort aan natuur en landschap, en ze geven lagere rapportcijfers aan het groen dan aan natuur en landschap. Inwoners en bedrijven in Limburg geven ook lagere cijfers aan het groen in hun buurt dan inwoners en bedrijven in Overijssel. Er liggen dus duidelijk kansen voor verbetering van groen in de buurt, zowel wat betreft de hoeveelheid als de kwaliteit van het groen.

Inwoners van stedelijke gemeenten zijn minder tevreden met natuur, landschap en groen dan inwoners van weinig of niet stedelijke gemeenten. Bedrijven zijn het minst tevreden als ze gevestigd zijn op een industrieterrein in matig stedelijk gebied. Onafhankelijk van de mate van stedelijkheid zijn inwoners van Midden-Limburg het meest tevreden over natuur en landschap in hun omgeving.

Er is veel draagvlak bij zowel burgers als bedrijven voor groene initiatieven. Maatregelen om het landschap te beschermen en aantrekkelijker te maken, zoals het aanleggen van bloemrijke

akkerranden en het terugbrengen van streekeigen kenmerken in het landschap kunnen rekenen op de meeste voorstanders. Er is ook veel draagvlak voor het aanleggen van groene schoolpleinen voor kinderen. Er is relatief weinig draagvlak voor initiatieven om natuur en landschap 'wilder' te maken, zoals de herintroductie van de wolf en de ontwikkeling van wildernisnatuur.

### **Participatiebereidheid**

Meer dan de helft van de burgers en bedrijven in Limburgers is niet bekend met het beleid van de provincie om burgers en bedrijven te stimuleren om meer verantwoordelijkheid te nemen voor natuur, landschap en groen. Desgevraagd staat een meerderheid echter wel positief tegenover dit idee. Iets meer dan de helft van de burgers, en ongeveer een derde van de bedrijven, is ook bereid om zelf meer verantwoordelijkheid te nemen, vooral als het gaat om het groen in de eigen omgeving. Er is dus brede steun voor de beleidslijn 'vermaatschappelijking van natuur'. Slechts een minderheid van de burgers en bedrijven denkt hier negatief over.

Iets meer dan de helft van de burgers in Limburg, en iets minder dan de helft van de bedrijven participeert op dit moment al in tenminste één groene activiteit. Eén op de acht burgers, en één op de zeven bedrijven, is nu nog niet actief, maar wel bereid om het te worden. De participatiegraad van burgers is het hoogst voor laagdrempelige initiatieven. Ruim één op de drie Limburgers heeft bijvoorbeeld een diervriendelijke voorziening in de tuin of op het balkon. Bij bedrijven is er vooral veel animo om te investeren in een groene bedrijfsomgeving. Eén op de zeven bedrijven in Limburg heeft bijvoorbeeld al geïnvesteerd in groene voorzieningen zoals een groen dak of een groene werkomgeving.

Ongeveer een derde van de bedrijven is geïnteresseerd om, in ruil voor meer ruimte voor ontwikkelingen met een negatief effect op natuur in de eigen omgeving, mee te betalen aan de ontwikkeling van nieuwe natuur elders. Ongeveer één op de zeven bedrijven heeft geen interesse om mee te werken aan zo'n systeem van vrijwillige natuurcompensatie. Bedrijven met een positieve houding typeren vrijwillige natuurcompensatie als een moderne, duurzame variant van het principe "de vervuiler betaalt", die leidt tot een win-win situatie. Bedrijven met een negatieve houding beschouwen vrijwillige natuurcompensatie als een "vrijbrief voor vervuiling" en zien natuurcompensatie als een taak van de overheid.

### **Kansen en belemmeringen voor participatie in natuur, landschap en groen**

Voor zowel burgers als bedrijven vormen ideële motieven om natuur te bewaren voor kinderen en toekomstige generaties de belangrijkste redenen om zich in te zetten voor natuur, landschap en groen. Iets meer dan de helft van de burgers vindt het ook belangrijk dat de buurt er netjes uit ziet. Ongeveer een derde van de bedrijven ziet natuurparticipatie als een kans om het imago van het bedrijf en de klantenbinding te versterken.

Gebrek aan tijd, geld, en informatie vormen de belangrijkste belemmeringen voor burgers en bedrijven om te participeren in natuur, landschap en groen. Voor burgers zijn lichamelijke beperkingen ook een belangrijke beperkende factor. Eén op de vijf burgers, en een kwart van de bedrijven, is meer principieel van mening dat de beheer van natuur, landschap en groen een taak is voor de overheid, niet voor burgers en bedrijven.

Burgers en bedrijven hebben vanuit de provincie vooral behoefte aan meer informatie, budget en vermindering van bureaucratie. Budget is belangrijker voor bedrijven dan voor burgers. Er is niet

veel behoefte aan juridische en organisatorische ondersteuning en het organiseren van wedstrijden. Burgers stellen prijs op een coördinerende, faciliterende rol van de provincie, bedrijven zien graag dat de provincie meer het voortouw neemt.

### **Verschillen tussen leefstijlgroepen en sectoren**

Voor dit onderzoek zijn burgers ingedeeld in vier, door SmartAgent ontwikkelde, leefstijlen. Deze leefstijlen worden aangegeven met de kleuren geel (betrokken gezinsmensen), groen (conservatieve ouderen), blauw (ambitieuze statuszoekers) en rood (eigenzinnige stadsmensen). De gele en rode leefstijlgroepen staan over het algemeen positiever tegenover natuur, landschap en groen dan de groene en blauwe leefstijlgroepen.

- Limburgers met een gele leefstijl zijn zeer betrokken bij natuur, landschap en groen, vooral als het gaat om initiatieven om kinderen in contact te brengen met natuur. Ze zijn ook relatief vaak zelf actief op dit gebied, maar ervaren hierbij wel veel lichamelijke beperkingen.
- Limburgers met een groene leefstijl zijn van alle groepen het minst betrokken bij natuur, landschap en groen, en ze hebben ook de laagste participatiebereidheid.
- Limburgers met een blauwe leefstijl hebben een hoge participatiegraad in groene activiteiten. Ze zijn echter minder vaak actief vanuit ideële motieven dan de andere groepen, en stellen ook meer prijs op een financiële vergoeding voor hun bijdrage.
- Limburgers met een rode leefstijl hebben een grote participatiebereidheid en zijn vaak voorstander van initiatieven om steden te vergroenen en biodiversiteit te bevorderen. Door tijdgebrek komen ze er echter vaak niet toe om zich actief in te zetten.

Bedrijven zijn ingedeeld in vier sectoren: landbouw, industrie, handel en dienstverlening. Bedrijven in de sectoren industrie en handel hechten over het algemeen minder belang aan natuur, landschap en groen, en staan minder positief tegenover het zelf nemen van verantwoordelijkheid, dan bedrijven in de sectoren landbouw en dienstverlening.

- Bedrijven in de sector landbouw vinden minder vaak dan andere sectoren dat natuurbeheer een taak is voor de overheid, en zijn van alle sectoren het meest zelf actief op dit gebied. In deze sector wordt veel belang gehecht aan de waardering van klanten en het imago en de naamsbekendheid van het bedrijf.
- Bedrijven in de sector industrie hebben nog weinig aandacht voor het belang van natuur, landschap en groen. Ze hebben van alle sectoren de laagste participatiebereidheid, en zijn ook het minst vaak zelf actief.
- Bedrijven in de sector handel zien natuur, landschap en groen over het algemeen niet als een belangrijk thema. Alhoewel ze een positieve houding hebben tegenover participatie in natuur, landschap en groen, hebben bedrijven in deze sector zelf weinig interesse om te participeren en ze zijn ook overwegend niet-actief.
- Bedrijven in de sector dienstverlening hebben een grote maatschappelijke betrokkenheid die zich vertaalt naar een groot draagvlak voor natuur, landschap en groen. Ze vinden het onderwerp zeer belangrijk, en zijn van alle sectoren het meest bereid om zelf verantwoordelijkheid te nemen.

## Aanbevelingen voor beleid

Richting de provincie kunnen de volgende aanbevelingen worden gedaan:

- Zet verder in op het profileren van Limburg als een provincie met een voortreffelijk leef- en ondernemingsklimaat. Blijf tegelijkertijd werken aan het verder versterken van de kwaliteit en gebruiksmogelijkheden van natuur, landschap en groen.
- Er ligt een belangrijke opgave voor de Provincie Limburg om (meer) regie te nemen bij de ontwikkeling en kwaliteitsverbetering van groen in en rond de steden. Ook voor het groen in en rond industrieterreinen is een kwaliteitsimpuls gewenst.
- Burgers en bedrijven zijn intrinsiek gemotiveerd om bij te dragen aan natuur, landschap en groen. Ga hier als provincie zorgvuldig mee om. Het gaat erom deze intrinsieke motivatie niet te frustreren, maar te stimuleren met passende incentives die blijf geven van waardering en respect voor de getoonde inzet.
- Richt het participatiebeleid niet alleen op de hoogste, meest intensieve en actieve vormen van participatie maar faciliteer ook laagdrempelige initiatieven die voor een breed publiek toegankelijk zijn en minimale kennis, vaardigheden en tijdsbeslag vereisen.
- Stimuleer maatregelen om kinderen in contact te brengen met natuur, landschap en groen, zoals speelbossen, natuurlijke speelplekken en groene schoolpleinen. Deze maatregelen spelen in op een breed gevoelde zorg en verantwoordelijkheid om kinderen te laten opgroeien met voldoende groen.
- Verklein de afstand tussen burgers en de provincie, ga naar burgers toe en maak gebruik van nieuwe media om de zichtbaarheid te vergroten. Ondersteun bestaande burgerinitiatieven door vermindering van bureaucratie en het geven van voorlichting. Stel budget beschikbaar voor goede plannen, maar wees terughoudend met het financieel belonen van participatie omdat dit de intrinsieke motivatie kan ondermijnen.
- Wees in het participatiebeleid richting bedrijven proactief en kom bedrijven tegemoet, wacht niet tot zij zelf met initiatieven komen. Laat zien wat de mogelijkheden zijn, geef concrete suggesties en voorbeelden van participatiemogelijkheden. Stimuleer bedrijven om te participeren in win-win activiteiten die zowel ten goede komen aan de natuur als aan het bedrijf, zoals vergroening van het bedrijfsterrein.
- Houdt in de communicatie naar burgers en bedrijven rekening met verschillen tussen leefstijlgroepen en sectoren. Ontwikkel strategieën, concepten en activiteiten die aansluiten bij de wensen en behoeften van de verschillende groepen en sectoren in de provincie.

## 1. Inleiding

De provincie Limburg kent een grote rijkdom en variatie aan natuurgebieden en landschappen. Het belang van natuur en landschap voor het leef- en vestigingsklimaat in Limburg wordt breed onderkend. Samen met het rijke verenigingsleven, de Bourgondische cultuur, de eeuwenoude tradities en de rijke historie behoren natuur en landschap tot de grootste vestigingsvoordelen die Limburg te bieden heeft.

Door de decentralisatie is het natuur- en landschapsbeleid een kerntaak voor de provincie geworden. De grote lijnen voor dit beleid zijn in 2014 vastgelegd in het Provinciaal Omgevingsplan Limburg (POL 2014). Eén van deze beleidslijnen wordt gevormd door het thema 'vermaatschappelijking van natuur', ofwel positionering van natuur midden in de samenleving, meer terug in de harten van de mensen. Daarbij worden nieuwe partners, waaronder met name bedrijven en burgers, in toenemende mate gestimuleerd om zelf het initiatief te nemen om zorg te dragen voor de aantrekkelijkheid van hun eigen leefomgeving. Het coalitieakkoord 'In Limburg bereiken we meer' 2015-2019 beschrijft onder het hoofdstuk 'Slim financieren van natuur en landschap' de noodzaak om 'adoptie van natuurgebieden door bedrijven, instellingen en burgers te bevorderen' en het 'faciliteren van totstandkoming van nieuwe partnerschappen tussen gemeenten, bedrijfsleven, burgers en maatschappelijke partijen met een focus op natuur- en landschapsbeheer en de budgetten worden vanuit dat perspectief bepaald'. Kortom, het coalitieakkoord ondersteunt de beweging van vermaatschappelijking.

Om de beleidslijn 'vermaatschappelijking van natuur' verder uit te werken organiseert de Provincie Limburg in 2015 onder de noemer Hart in het Groen een brede maatschappelijke dialoog met inhoudelijke betrokkenheid van maatschappelijke partijen die verrassende en vernieuwende inzichten en ontwikkelkracht kunnen inbrengen. Via werkateliers en digitale discussiegroepen zoals de Facebook pagina 'Hart in het Groen' ([www.facebook.nl/hartinhetroen](http://www.facebook.nl/hartinhetroen)) worden verbindingen gelegd tussen de werelden van burgers, bedrijven, natuur- en landschapsorganisaties, sociaal-maatschappelijke organisaties en overheden.

In het kader van de brede maatschappelijke dialoog wil de provincie een representatief beeld krijgen van de natuurbeleving en participatiebereidheid van burgers en bedrijven in Limburg, en heeft bureau Natuurvoormensen gevraagd om enquêtes uit te voeren. De resultaten van deze enquêtes zullen onder meer worden benut als input voor de ontwikkeling van een digitale omgeving, waar de provincie online kwalitatief hoogwaardige kennis, betrouwbare informatie en instrumenten aanbiedt, handvatten geeft voor de uitvoering van projecten, en de mogelijkheid biedt om van elkaar te leren.



## 1.1 Doel en onderzoeksvragen

Belangrijkste doel van het onderzoek is om meer inzicht te krijgen in hoe burgers en bedrijven in Limburg natuur, landschap en groen beleven en waarderen, en in hoeverre zij zich betrokken bij en/of verantwoordelijk voelen voor het beheer en ontwikkeling ervan. Hierbij kunnen de volgende deelvragen worden onderscheiden:

### 1. Beleving en waardering natuur, landschap en groen

- Hoe beoordelen burgers en bedrijven de kwaliteit van natuur, landschap en groen - zowel in de provincie als geheel, als in de eigen woon- en werkomgeving?
- Zijn hierbij verschillen tussen regio's en stedelijkheidsniveaus?
- Zijn hierbij verschillen tussen burgers met verschillende leefstijlen en bedrijven uit verschillende sectoren?

### 2. Participatiebereidheid

- In hoeverre zijn burgers en bedrijven bereid om zelf verantwoordelijkheid te nemen voor natuur, landschap en groen?
- Waar liggen de grootste kansen en belemmeringen voor bedrijven en inwoners om zelf verantwoordelijkheid te nemen voor natuur, landschap en groen?
- Zijn hierbij verschillen tussen burgers met verschillende leefstijlen en bedrijven uit verschillende sectoren?


Om bovenstaande vragen te beantwoorden zijn twee grootschalige enquêtes uitgevoerd onder representatieve steekproeven van 1043 inwoners en 357 bedrijven in Limburg. Dit rapport beschrijft de resultaten van deze enquêtes.

## 1.2 Definities en afbakening

De centrale begrippen in dit onderzoek zijn 'natuur, landschap en groen', 'beleving', en 'participatie'. Deze begrippen worden hieronder kort toegelicht.

### *Natuur, landschap en groen*

In dit onderzoek worden drie natuurtypen onderscheiden: natuurgebieden, landschap, en groen in de buurt. Figuur 1.1 geeft een overzicht van de definities van deze begrippen zoals deze in de enquête zijn gebruikt. Belevingsonderzoek is vaak gericht op natuur en landschap in de bredere leefomgeving. In dit onderzoek is er echter nadrukkelijk voor gekozen om het groen in de directe leefomgeving integraal mee te nemen. Zoals ook beschreven in de Rijksnatuurvisie (Ministerie van Economische Zaken, 2014) is groen in de directe leefomgeving belangrijk voor welzijn en gezondheid en zorgt het voor verbondenheid en draagvlak voor natuur in de samenleving. Het is daarom belangrijk voor de provincie om te weten wat burgers en bedrijven in Limburg vinden van het groen in hun eigen omgeving.

Natuurgebieden	Landschap	Groen in de buurt
		
<p><b>Natuurgebieden</b> zijn grote en kleine gebieden die vanwege hun bijzondere natuurwaarden worden gewaardeerd en beschermd. In Limburg gaat het onder meer om bossen, heidegebieden, beek- en rivierdalen en moerassen.</p>	<p>Met <b>landschap</b> bedoelen we het gebied buiten de steden waar natuur samengaat met cultuur. Het gaat voornamelijk om agrarisch gebied, maar ook om recreatiegebieden, beekdalen, heuvellandschap, zandgroeves en holle wegen.</p>	<p>Bij <b>groen in de buurt</b> gaat het om natuurlijke plekken en elementen in de directe leefomgeving van mensen. U kunt denken aan parken, plantsoenen, speelveldjes, bomen langs de weg, berm en tuinen. Ook waterpartijen en oevers vallen onder het begrip 'groen'.</p>

Figuur 1.1. Definities van de begrippen natuur, landschap en groen zoals gebruikt in de enquête.

### Beleving

Het begrip 'beleving' verwijst naar de innerlijke ervaring van natuurlijke omgevingen. Deze innerlijke ervaring is niet direct toegankelijk voor empirisch onderzoek en moet daarom worden afgeleid uit waarderingen en andere meetbare reacties en gedragingen van mensen. Bijvoorbeeld als iemand het cijfer 8 toekent aan een natuurgebied, dan kan worden afgeleid dat deze persoon het gebied positief beleeft, of dat het gebied een positieve belevingswaarde heeft voor deze persoon. Beleving wordt in dit onderzoek dus afgeleid uit concrete vragen over onder meer de kwaliteit en ontwikkeling van natuur, landschap en groen en de bezoekfrequentie.

### Participatie

Het begrip participatie staat in dit onderzoek voor het nemen van eigen verantwoordelijkheid voor natuur, landschap en groen door burgers en bedrijven. Er zijn verschillende vormen van participatie, die in de literatuur vaak omschreven worden met behulp van 'participatieladders' (Arnstein, 1969). Een participatieladder brengt in kaart op welke manier burgers en andere partijen bij politiek en besluitvorming worden betrokken. Dit loopt op van minder betrokken (onderaan de ladder) tot meer betrokken (bovenaan de ladder). Een participatieladder die in Nederland veel wordt gebruikt is de ladder van Edelenbos en Monnikenhof (Edelenbos & Monnikhof, 2001; zie ook Hofland, 2014). Deze ladder bevat vijf treden, namelijk; informeren, raadplegen, adviseren, coproduceren en meebeslissen (figuur 1.2). In de beleidslijn 'Vermaatschappelijking van natuur' van de provincie Limburg gaat het vooral om het bevorderen van de twee hoogste participatievormen, coproduceren en meebeslissen. Bij de participatievorm 'coproduceren' zoeken bestuur en betrokkenen samen naar oplossingen voor gezamenlijk vastgestelde problemen (bijv. ontwikkeling van een braakliggend terrein d.m.v. publiek-private



Figuur 1.2. De participatieladder van Edelenbos en Monnikhof (2001)

samenwerking). Bij de participatievorm ‘meebeslissen’ zijn betrokkenen zelf volledig verantwoordelijk voor de agenda- en beleidsvorming en speelt het bestuur slechts een adviserende rol (bijv. zelfbeheer openbaar groen door bewoners). In het rapport ‘Provincies en groene burgerinitiatieven’ wordt een uitgebreid overzicht gegeven van de sturingsfilosofie, rollen en instrumenten van provincies bij het samenspel met groene burgerinitiatieven (Salverda & Pleijte, 2015).

Burgers en bedrijven kunnen verschillende motieven hebben om wel of geen verantwoordelijkheid te willen nemen. In het huidige onderzoek worden in navolging van Tonkens en Verhoeven (2011) vier soorten motieven onderscheiden: ideële motieven (bijv. natuur bewaren voor toekomstige generaties), sociaal (bijv. meer contact met buurtgenoten of collega’s), verplichting (handelen vanuit zelfopgelegde norm) en motieven uit eigenbelang (bijv. financieel gewin, nieuwe dingen leren). Er is ook gevraagd naar belemmeringen om te participeren. Hierbij kan grofweg een onderscheid worden gemaakt tussen praktische belemmeringen (bijv. geen tijd, lichamelijk niet toe in staat) en principiële bezwaren (geen prioriteit, taak voor overheid i.p.v. burgers/bedrijven).

### 1.3 Groepsverschillen

‘De Limburger’ bestaat niet, evenmin als ‘De Nederlander’ bestaat. Daarom is het belangrijk om rekening te houden met eventuele verschillen in beleving en participatiebereidheid tussen verschillende groepen burgers en bedrijven. In het huidige onderzoek is onderscheid gemaakt naar vier kenmerken: leefstijl (burgers), sector (bedrijven), regio, en stedelijkheid.



Figuur 1.3. Typering van de vier leefstijlen van Smart Agent

#### Leefstijl

Een leefstijl zegt iets over de levenshouding, behoeften en drijfveren van mensen. Mensen met verschillende leefstijlen maken verschillende keuzen en kunnen verschillend denken over het samenleven in hun buurt en het bijdragen aan natuur, landschap en groen. Burgers worden in dit onderzoek daarom ingedeeld in vier leefstijlen, die door SmartAgent zijn ontwikkeld (Hagen, 2006).

De vier leefstijlen worden getypeerd met de kleuren rood, blauw, geel en groen (zie Figuur 1.3). Elke kleur staat voor onderscheidende kenmerken als vrijheid en flexibiliteit (rood), ambitie en controle (blauw), betrokkenheid en harmonie (geel) en geborgenheid en zekerheid (groen). De leefstijlen onderscheiden zich van elkaar op twee dimensies. De eerste (horizontale) dimensie maakt een onderscheid tussen mensen die gericht zijn op de groep (geel en groen) of op de eigen persoon (rood en blauw). De tweede (verticale) dimensie maakt onderscheid tussen extraverte mensen die gemakkelijk hun emoties tonen en contact maken (rood en geel) en introverte mensen die hun emoties onderdrukken en minder snel contact maken (blauw en groen).

De leefstijlen van Limburgers zijn recent door SmartAgent in kaart gebracht in een grootschalig onderzoek onder 11.175 huishoudens (SmartAgent, 2015). Er is dus veel bekend over de geografische verspreiding van de vier groepen in Limburg en hun achtergrondkenmerken. Verschillen tussen groepen burgers met verschillende leefstijlen kunnen met behulp van deze gegevens worden herleid naar kenmerken van de Limburgse bevolking.



*Figuur 1.4. Typering van de vier sectoren*

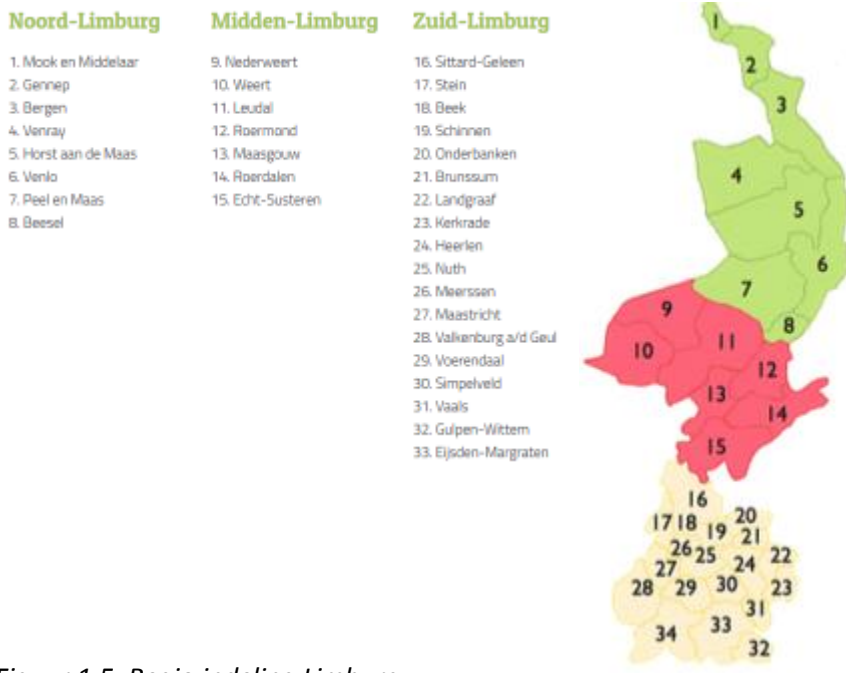
### **Sector**

Bedrijven zijn ingedeeld in vier sectoren die relevant en onderscheidend zijn voor het thema natuur, landschap en groen: landbouw (landbouw, tuinbouw, bosbouw, visserij, kwekerijen, hoveniers en tuinontwerpers), industrie (industrie, bouwnijverheid, energie, vervoer en opslag), handel (groot- en detailhandel, financiële instellingen, zakelijke dienstverlening, advisering en onderzoek) en dienstverlening (cultuur, sport, recreatie, gezondheids- en welzijnszorg, onderwijs, toerisme en horeca). Meer informatie over de totstandkoming van de indeling in vier sectoren is te vinden in bijlage 2.

De vier sectoren komen grofweg overeen met een indeling in primaire sector (landbouw), secundaire sector (industrie), tertiaire sector (commerciële dienstverlening) en quartaire sector (niet-commerciële sector). In dit onderzoek is ervoor gekozen om horeca en toerisme, vanwege het meer maatschappelijke en dienstverlenende karakter, in te delen bij de niet-commerciële sector i.p.v. bij de commerciële sector.

## Regio

De plek waar iemand woont of waar een bedrijf gevestigd is van invloed op de waardering van natuur, landschap of groen in de directe omgeving, omdat het aanbod geografisch kan verschillen. Daarom is voor de vragen over waardering van natuur, landschap en groen in de woonomgeving (hoofdstuk 4) een uitsplitsing gemaakt naar regio (noord, midden, zuid). Figuur 1.5 laat zien welke gemeenten bij welke regio's horen.



Figuur 1.5. Regio indeling Limburg

## Stedelijkheid

De mate van stedelijkheid is gebaseerd op de CBS-indeling van gemeenten en is een maat voor de adressendichtheid van gemeenten. De maat komt tot stand door voor ieder adres binnen een

### Omgevingsadressendichtheid 2013 per gemeente



Figuur 1.6. Omgevingsadressendichtheid Limburg

gemeente de adressendichtheid binnen een straal van 1 kilometer vast te stellen. De omgevings-adressendichtheid van een gemeente is de gemiddelde waarde hiervan voor alle adressen binnen die gemeente. Met de omgevings-adressendichtheid wordt beoogd de mate van concentratie van menselijke activiteiten weer te geven. Er worden vijf klassen onderscheiden, lopend van 1 = landelijk/niet stedelijk tot 5 = zeer sterk stedelijk (zie kaartje CBS, 2013). De hoogste stedelijkheidsklasse is in Limburg niet vertegenwoordigd. Alle sterk stedelijke gemeenten (Maastricht, Heerlen, Kerkrade, Brunssum) liggen in Zuid-Limburg. Voor het huidige onderzoek zijn de niveaus weinig en niet stedelijk samengevoegd.

## **1.4 Vergelijkbare onderzoeken in andere provincies en Nederland**

Het Planbureau voor de leefomgeving (PBL) heeft in 2006 en 2009 via landelijke enquêtes gegevens verzameld over de waardering van natuur, landschap en groen door de Nederlandse bevolking. Helaas zijn er geen recentere landelijke gegevens beschikbaar. Sinds de decentralisatie van het natuurbeleid hebben diverse provincies wel zelf belevingsenquêtes laten uitvoeren, waaronder Noord-Brabant (Van den Berg, 2012) en Overijssel (TNS Nipo, 2015). In de huidige enquêtes zijn enkele vragen uit deze eerdere enquêtes overgenomen, zoals de vraag om natuurgebieden en landschap in de provincie te beoordelen met een rapportcijfer, en enkele vragen over natuur en landschap in de eigen woonomgeving (zie bijlage 1). Aan de hand van deze vragen kan een vergelijking worden gemaakt tussen de waardering van natuur en landschap in Limburg en andere provincies en tussen Limburg en heel Nederland.

## **1.5 Leeswijzer**

In hoofdstuk 2 wordt de methode van het onderzoek toegelicht, inclusief een overzicht van de kenmerken en representativiteit van de steekproeven. Hoofdstuk 3 gaat over de waardering van natuur, landschap en groen in heel Limburg. In hoofdstuk 4 worden de resultaten voor natuur, landschap en groen in de eigen woon- en bedrijfsomgeving besproken. In hoofdstuk 5 wordt de participatiebereidheid in kaart gebracht. In hoofdstuk 6 staan kansen en belemmeringen voor participatie centraal. De hoofdstukken 7 en 8, tenslotte, geven een overzicht van de belangrijkste conclusies en aanbevelingen van het onderzoek voor burgers en bedrijven.

## 2. Methode

Er zijn twee enquêtes uitgevoerd, één voor burgers en één voor bedrijven. Dit hoofdstuk geeft een toelichting op de kenmerken van de twee steekproeven en de opzet en uitvoering van de enquêtes.

### 2.1 Steekproef burgers

De steekproef is getrokken uit het Intomart GfK online panel. In totaal zijn 1450 panelleden benaderd, gestratificeerd naar de bij GfK bekende achtergrondvariabelen geslacht, leeftijd en regio en stedelijkheid. Stratificatie houdt in dat er per groep een aselechte steekproef is getrokken die qua grootte evenredig is met de omvang van de groep in de totale populatie van Limburg. Deze werkwijze verhoogt de kans dat de verhoudingen in de steekproef gelijk zijn aan de populatieverhoudingen. De steekproef is niet gestratificeerd naar opleiding. Voor deze variabele is achteraf een weging toegepast zodat de verdeling van opleidingsniveaus representatief is voor de provincie Limburg. Voor het bepalen van de populatiegegevens is gebruik gemaakt van de Gouden Standaard van het CBS.

Op 28 mei 2015 is de eerste uitnodiging om deel te nemen aan het onderzoek aan de panelleden verstuurd. Op 1 juni is naar 600 panelleden die nog niet (volledig) hadden gereageerd een e-mail ter herinnering gestuurd. Op 4 juni 2015 is de dataverzameling stopgezet. Er waren toen 1043 vragenlijsten ingevuld.

Tabel 2.1 geeft een overzicht van de sociaal-demografische kenmerken van de respondenten. Om een inschatting te kunnen maken van de representativiteit van de steekproef worden in de tabel ook de populatieverhoudingen in Limburg, voor zover deze bekend zijn, uit CBS-statistieken weergegeven. Een toelichting op de gebruikte variabelen is te vinden in bijlage 2.

De steekproef is zeer goed vergelijkbaar met de bevolking van Limburg op de kenmerken geslacht, opleiding, regio en stedelijkheid. De steekproef bevat ondanks de stratificatie op leeftijd wel iets minder personen in de jongste leeftijdsklasse dan de populatie en iets meer personen in de middelste leeftijdsklasse. De respons in de jongere groep was dus lager dan in de oudere groepen, waarschijnlijk omdat jongere mensen minder geïnteresseerd zijn in het onderwerp natuur, landschap en groen (zie bijv. Van den Berg, 2012). Over het algemeen is de steekproef echter in voldoende mate representatief voor de Limburgse bevolking wat betreft demografische basiskkenmerken en geografische spreiding.

De steekproef bevat vrijwel geen westerse en niet-westerse allochtonen. De ondervertegenwoordiging van niet-westerse allochtonen is een bekend probleem in survey onderzoek. Vanwege het geringe aandeel van niet-westers allochtonen in de populatie heeft de ondervertegenwoordiging weinig invloed op de gemiddelde uitkomsten van het onderzoek. Limburg heeft een relatief grote groep westers allochtonen (voornamelijk Duitsers en Belgen). Deze groep is ook ondervertegenwoordigd in het huidige onderzoek. Bij de interpretatie van de resultaten dient er rekening mee gehouden te worden dat westerse en niet-westerse allochtonen niet vertegenwoordigd zijn in de steekproef.

Tabel 2.1. Kenmerken van de steekproef van burgers (gewogen naar opleiding), N =1043.

Categorie	Steekproef	Populatie Limburg
<b>Geslacht</b>		
Man	49%	49%
Vrouw	51%	51%
<b>Leeftijd</b>		
18-39 jaar	22%	29%
40-64 jaar	53%	48%
65+	25%	24%
<b>Opleiding</b>		
Laag	38%	38%
Midden	42%	43%
Hoog	20%	19%
<b>Etniciteit</b>		
Autochtoon	99%	79%
Niet-westers allochtoon	0%	6%
Westers allochtoon	1%	15%
<b>Stedelijkheid</b>		
Sterk stedelijk	25%	24%
Matig stedelijk	36%	35%
Weinig/niet stedelijk	39%	42%
<b>Regio</b>		
Noord	25%	24%
Midden	21%	21%
Zuid	54%	55%
<b>Locatie*</b>		
Binnenstad/stedelijke omgeving	20%	-
Woonwijk/dorpse omgeving	69%	-
Buitengebied/landelijke omgeving	11%	-
<b>Leefstijl**</b>		
Blauw (controle)	17%	27%
Groen (geborgten)	39%	24%
Geel (harmonie)	27%	34%
Rood (vrijheid)	17%	15%

\* Voor locatie zijn geen populatiegegevens beschikbaar \*\*Populatiegegevens over leefstijlen van Limburgers zijn afkomstig uit het leefstijlenonderzoek van SmartAgent (2015).

### Leefstijlen

De verdeling van de vier leefstijlgroepen wijkt af van de verdeling die eerder door SmartAgent (2015) is gevonden. De groene groep is veel groter en de blauwe groep is kleiner. De verschillen hebben waarschijnlijk een methodologische oorzaak. Er zijn geen vaste rekenregels om respondenten aan leefstijlen toe te wijzen, per onderzoek/steekproef worden de respondenten met behulp van clusteranalyse gesegmenteerd in vier groepen. Hierdoor kan de inhoud en daarmee ook de omvang van de groepen per onderzoek verschillen.

Tabel 2.2 geeft een aantal typerende sociaal-demografische kenmerken van de vier leefstijlgroepen zoals deze in dit onderzoek zijn gemeten.



Tabel 2.2. Typering van de vier leefstijlgroepen (percentages binnen de leefstijlgroepen).

	Geel (harmonie)	Groen (geborgenheid)	Blauw (controle)	Rood (vrijheid)
% mannen	19%	50%	<b>85%</b>	61%
gemiddelde leeftijd (in jaren)	52	<b>55</b>	50	48
% laag opgeleid	40%	<b>61%</b>	16%	25%
% hoog opgeleid	9%	13%	<b>39%</b>	35%
% stedelijke woonomgeving	18%	20%	18%	<b>27%</b>
% woonwijk/dorp	<b>76%</b>	69%	64%	64%
gemiddelde vrije tijd (in uren per dag)	4,2	<b>5,2</b>	4,1	3,9

De gele groep bestaat overwegend uit laag of middelbaar opgeleide vrouwen die in een woonwijk of dorp wonen. In combinatie met de kernwaarden ‘betrokkenheid en harmonie’ kan deze groep kortweg worden aangeduid als ‘*betrokken gezinsmensen*’. De groene groep bestaat grotendeels uit wat oudere, laag opgeleide mannen en vrouwen met relatief veel vrije tijd. In combinatie met de kernwaarden ‘geborgenheid en zekerheid’ kan deze groep kortweg worden aangeduid als ‘*conservatieve ouderen*’. De blauwe groep bestaat overwegend uit hoog of middelbaar opgeleide mannen. In combinatie met de kernwaarden ambitie en controle kan deze groep kortweg worden aangeduid als ‘*ambitieuze statuszoekers*’. De rode groep bestaat uit relatief jonge mannen en vrouwen met weinig vrije tijd die vaker dan de andere drie groepen in de stad wonen. In combinatie met de kernwaarden vrijheid en flexibiliteit kan deze groep kortweg worden aangeduid als ‘*eigenzinnige stadsmensen*’.

## 2.2 Steekproef bedrijven

Er is een steekproef getrokken uit het adressenbestand van de Kamer van Koophandel (KvK). In eerste instantie zijn alle bedrijven in Limburg met meer dan 20 werknemers (alle branches, alle rechtsvormen m.u.v. kerkgenootschappen) geselecteerd. Omdat er flink wat dubbeltellingen in bestand zaten, is het bestand aangevuld met adressen van bedrijven met tussen 10 en 20 werknemers. Bedrijven met minder dan 10 werknemers (voornamelijk zzp’ers en eenmanszaken) zijn niet in de steekproef opgenomen. In totaal zijn 3301 bedrijven met meer dan 10 werknemers in Limburg benaderd om mee te doen aan het onderzoek. Hiervan hebben uiteindelijk 357 de enquête ingevuld (een respons van 11%).

Bedrijven werden aangeschreven middels een brief die via de gewone post werd verstuurd aan de contactpersoon van het bedrijf. Op 1 juni 2015 is de eerste zending met brieven verstuurd naar 20+ bedrijven, met op 12 juni een reminder aan bedrijven die nog niet hadden gereageerd. Op 18 juni is een tweede zending verstuurd aan bedrijven met 10-20 werknemers. Op 28 juni 2015 is de dataverzameling stopgezet toen er 357 vragenlijsten waren ingevuld.

Tabel 2.3 geeft een overzicht van de sociaal-demografische kenmerken van de contactpersonen van de bedrijven die de vragenlijst hebben ingevuld. Aangezien er geen populatiegegevens voor 10+ bedrijven in Limburg beschikbaar zijn kan niet worden vastgesteld in hoeverre de steekproefverhoudingen overeenkomen met die van alle grotere bedrijven in Limburg. Omdat alle bij de KvK geregistreerde 20+ bedrijven zijn aangeschreven, en er een random steekproef is getrokken uit de 10+ bedrijven mag echter worden verwacht dat de steekproef voldoende representatief is.

Tabel 2.3. Kenmerken van contactpersonen van bedrijven, N = 357.

Kenmerk	Steekproef	Kenmerk	Steekproef
<b>Geslacht</b>		<b>Functie</b>	
Man	79%	Algemeen directeur	50%
Vrouw	21%	Financieel directeur	4%
<b>Leeftijd</b>			
18-39 jaar	12%	Afdelingshoofd	7%
40-64 jaar	84%	Hoofd marketing/personeelszaken	4%
65+	4%	Bedrijfsleider/teamleider	11%
<b>Opleiding</b>		<b>Etniciteit</b>	
Laag	11%	Autochtoon	99%
Midden	25%	Niet-westers allochtoon	0%
Hoog	64%	Westers allochtoon	1%

De vragenlijst voor bedrijven is overwegend ingevuld door hoog opgeleide mannen in de leeftijd van 40-64 jaar. De meeste respondenten hebben een leidinggevende functie in het bedrijf, meer dan de helft is algemeen of financieel directeur. Net als bij de burgers zitten er vrijwel geen niet-westerse en westerse allochtonen in de steekproef.

Tabel 2.4 geeft een overzicht van de bedrijfskenmerken. De meeste bedrijven hebben 20 of meer werknemers, 10% heeft zelfs 200 of meer werknemers. Meer dan de helft van de bedrijven heeft een beleid voor Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) of is bezig met het ontwikkelen van zo'n beleid. De meeste bedrijven zijn gevestigd op een industriegebied of bedrijventerrein in een weinig of niet stedelijke omgeving. Ruim driekwart van de bedrijven heeft naast een eventueel parkeerterrein nog buitenruimte met groen. De meerderheid van de bedrijven is gevestigd in Noord- en Zuid-Limburg, een vijfde is gevestigd in de regio Midden-Limburg.

Tabel 2.4. Kenmerken van bedrijven (N = 357).

Kenmerk	Steekproef	Kenmerk	Steekproef
<b>Grootte</b>		<b>Locatie</b>	
10-19	18%	Stad	11%
20-49	36%	Industriegebied	56%
50-199	36%	Woonwijk/dorp	17%
≥200	10%	Buitengebied	17%
<b>MVO-beleid</b>		<b>Regio</b>	
Ja	41%	Noord	37%
In ontwikkeling	17%	Midden	20%
Nee/weet niet	42%	Zuid	43%
<b>Sector</b>		<b>Stedelijkheid</b>	
Landbouw	8%	Sterk stedelijk	18%
Industrie	47%	Matig stedelijk	35%
Handel	26%	Weinig/niet	47%
Dienstverlening	15%	<b>Groene buitenruimte</b>	
Overig	4%	Ja	76%
		Nee	24%

## Sectoren

Alle vier sectoren zijn vertegenwoordigd in de steekproef. Bijna de helft van de bedrijven is actief in de sector industrie (inclusief bouw, vervoer en energie). Ongeveer een kwart is actief in de sector handel en zakelijke dienstverlening en ongeveer een zesde is actief in de niet-commerciële dienstverlenend sector (inclusief horeca). Land- en tuinbouw (inclusief kwekerijen en hoveniers) zijn met 8% de kleinste sector in de steekproef. Tabel 2.5 geeft een overzicht van enkele significante verschillen tussen de vier sectoren.

Tabel 2.5. Typering van de vier sectoren (percentages binnen de sectoren, sector overig niet getoond).

	Landbouw	Industrie	Handel	Dienstverlening
% ≥ 20 werknemers	<b>89%</b>	86%	78%	69%
% gevestigd op industrieterrein	14%	<b>82%</b>	49%	12%
% gevestigd in buitengebied	<b>61%</b>	7%	7%	42%
% sterk stedelijk gebied	7%	14%	<b>26%</b>	19%
% regio noord	<b>75%</b>	35%	29%	39%
% regio zuid	18%	42%	<b>51%</b>	46%
% buitenruimte met groen	<b>96%</b>	77%	69%	85%

De sector landbouw bestaat overwegend uit grote bedrijven in het buitengebied in de regio Noord-Limburg. De sector industrie is meer evenredig verdeeld over de regio's en bestaat overwegend uit grotere bedrijven die gevestigd zijn op een industrieterrein. Bedrijven in de sector handel zijn relatief vaak gevestigd op een industrieterrein of in stedelijk gebied in de regio Zuid-Limburg, en hebben minder vaak dan de andere sectoren een buitenruimte met groen. De sector dienstverlening heeft een minder duidelijk profiel dan de andere sectoren, deze sector kent relatief veel kleinere bedrijven die gevestigd zijn in het in het buitengebied van de regio Zuid-Limburg.

## 2.3 Vragenlijst en procedure

De vragenlijsten voor burgers en bedrijven zijn door bureau Natuurvoormensen in overleg met de Provincie Limburg opgesteld. De vragenlijsten bestonden grotendeels uit dezelfde, voornamelijk gesloten vragen, over vier onderdelen: (1) natuur, landschap en groen in Limburg; (2) natuur, landschap en groen in de omgeving van de woning of het bedrijf; (3) bereidheid om te participeren in natuur, landschap en groen; en (4) achtergrondkenmerken (inclusief vragen over leefstijlen). Een overzicht van de vragen is te vinden in de bijlagen 1 en 2.

De online vragenlijst is geprogrammeerd en gecontroleerd door GfK. De beoogde respondenten hebben via e-mail of brief een uitnodiging voor het onderzoek ontvangen. Hierin was een link opgenomen naar de vragenlijst. Door op de link te klikken opende het onderzoek automatisch en kon de respondent zelf via de computer de vragenlijst invullen. De gemiddelde invulduur van de online enquête bedroeg ongeveer acht minuten.

## 2.4 Analyse

De resultaten zijn geanalyseerd met behulp van SPSS Statistics 20.0. Per vraag zijn eerst gemiddelden voor de gehele steekproef berekend met de SPSS procedures Frequencies en Descriptives. Voor alle vragen uit de burgerenquête is met behulp van kruistabellen en

variantieanalyses nagegaan in hoeverre de antwoorden verschillen tussen leefstijlgroepen. Voor alle vragen uit de bedrijvenenquête is op dezelfde manier nagegaan in hoeverre de antwoorden verschillen tussen sectoren (waarbij de sector 'overig' buiten beschouwing is gelaten). Significante verschillen worden in de tekst vermeld en beschreven. Voor de vragen over natuur, landschap en groen in de eigen omgeving (hoofdstuk 4) is met kruistabellen en variantieanalyses nagegaan in hoeverre de uitkomsten verschillen tussen de drie regio's (noord, midden, zuid) en tussen stedelijkheidsniveaus (sterk stedelijk, matig stedelijk, weinig/niet stedelijk).

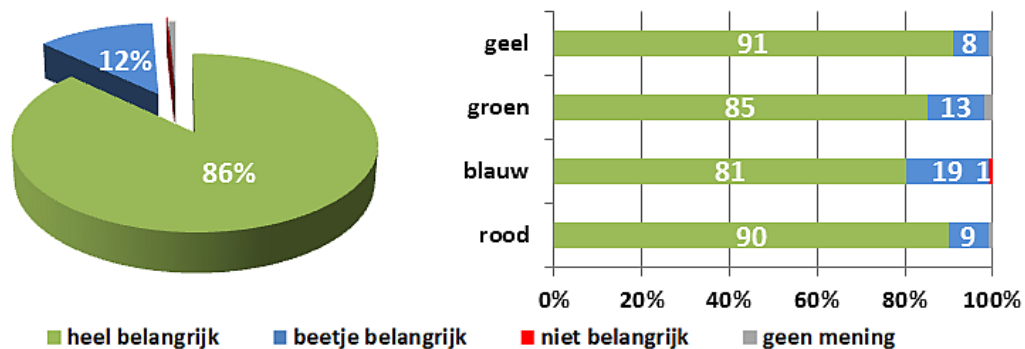
### 3. Waardering natuur, landschap en groen

Burgers en bedrijven in Limburg oordelen over het algemeen positief over natuur, landschap en groen in hun provincie. Enkele opvallende bevindingen:

- ✓ Negen op de tien burgers vinden natuur, landschap en groen in Limburg heel belangrijk voor het leefklimaat, ongeveer de helft van de bedrijven vindt natuur, landschap en groen heel belangrijk voor het ondernemingsklimaat. Minder dan 1% van de burgers, en minder dan 8% van de bedrijven, vindt natuur, landschap en groen in Limburg niet belangrijk.
- ✓ Zeven op de tien burgers, en acht op de tien bedrijven vinden dat de kwaliteit van natuur, landschap en groen de afgelopen vijf jaar constant is gebleven of vooruit is gegaan.
- ✓ Burgers waarderen de kwaliteit van natuur, landschap en groen in de provincie gemiddeld met een 7,6, bedrijven geven gemiddeld een 7,5.
- ✓ Rapportcijfers voor groen in steden en dorpen liggen bijna een punt lager dan rapportcijfers voor natuur en landschap.
- ✓ Inwoners van Limburg geven hogere cijfers aan de kwaliteit van natuurgebieden en landschap in hun provincie dan inwoners van Brabant.
- ✓ Er is veel draagvlak bij zowel burgers als bedrijven voor groene initiatieven. Maatregelen om het landschap te beschermen en aantrekkelijker te maken, zoals het aanleggen van bloemrijke akkerranden en het terugbrengen van streekeigen kenmerken in het landschap kunnen rekenen op de meeste voorstanders. Er is ook veel draagvlak voor het aanleggen van groene schoolpleinen voor kinderen. Er is relatief weinig draagvlak voor initiatieven om natuur en landschap 'wilder' te maken, zoals de herintroductie van de wolf en de ontwikkeling van wildernisnatuur.
- ✓ Limburgers met een gele en rode leefstijl vinden natuur, landschap en groen in de provincie belangrijker voor het leefklimaat dan Limburgers met een groene en blauwe leefstijl. Het draagvlak voor groene initiatieven is het minst groot onder Limburgers met een groene leefstijl. Limburgers met een gele leefstijl zijn vaker dan de andere drie groepen voorstander van het aanleggen van groene schoolpleinen en andere natuurlijke speelplaatsen. Limburgers met een blauwe leefstijl zijn vaak voorstander van beschermende maatregelen in het buitengebied. Limburgers met een rode leefstijl zijn vaak voorstander van initiatieven om steden te vergroenen, en ecologische maatregelen om biodiversiteit te bevorderen.
- ✓ Bedrijven in de sectoren dienstverlening en landbouw vinden natuur, landschap en groen in de provincie belangrijker voor het ondernemingsklimaat, en zijn vaker voorstander van groene initiatieven, dan bedrijven in de sectoren industrie en handel. Bedrijven in de sector industrie vinden natuur, landschap en groen het minst belangrijk, en zijn het minst vaak voorstander van groene initiatieven.

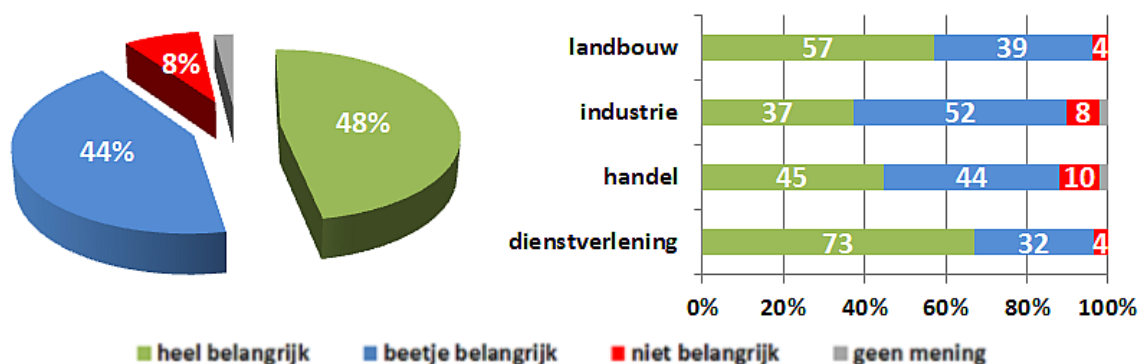
### 3.1 Belang voor leef- en ondernemingsklimaat

Natuur, landschap en groen zijn volgens vrijwel alle burgers (98%) belangrijk voor het leefklimaat in Limburg, 86% vindt het zelfs heel belangrijk (figuur 3.1). Bijna geen enkele burger (1%) vindt het niet belangrijk. Er zijn verschillen tussen leefstijlgroepen. Limburgers met een gele en rode leefstijl vinden natuur, landschap en groen belangrijker voor het leefklimaat dan Limburgers met een groene en blauwe leefstijl.



Figuur 3.1. Verdeling van antwoorden van burgers op de vraag “In hoeverre zijn natuur, landschap en groen volgens u belangrijk voor het leefklimaat in Limburg?”

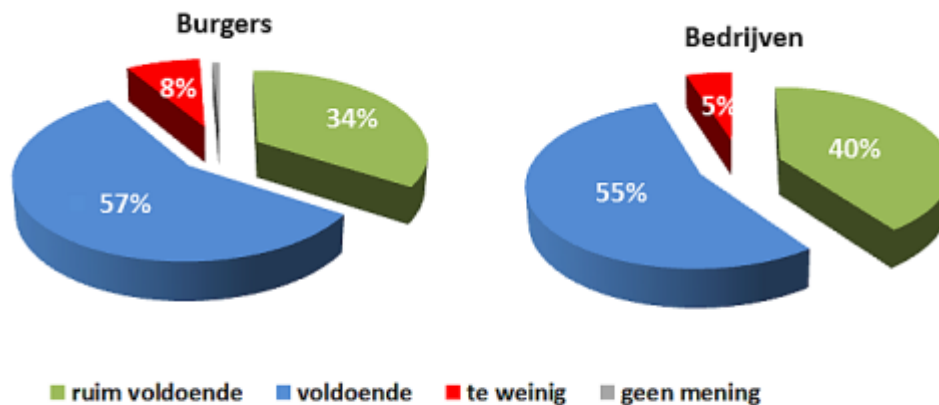
De meeste bedrijven (92%) vinden natuur, landschap en groen in de provincie ook belangrijk voor het ondernemingsklimaat, ongeveer de helft (48%) vindt het heel belangrijk (figuur 3.2). Er is ook een kleine groep bedrijven (8%) die natuur, landschap en groen niet belangrijk vindt voor het ondernemingsklimaat in Limburg. Bedrijven in de sector dienstverlening vinden natuur, landschap en groen in de provincie het meest belangrijk voor het ondernemingsklimaat, gevolgd door bedrijven in de sector landbouw. Bedrijven in de sectoren industrie en handel vinden natuur, landschap en groen het minst belangrijk voor het ondernemingsklimaat.



Figuur 3.2. Verdeling van antwoorden van bedrijven op de vraag “In hoeverre zijn natuur, landschap en groen volgens u belangrijk voor het ondernemingsklimaat in Limburg?”

### 3.2 Oordeel over hoeveelheid natuur, landschap en groen in Limburg

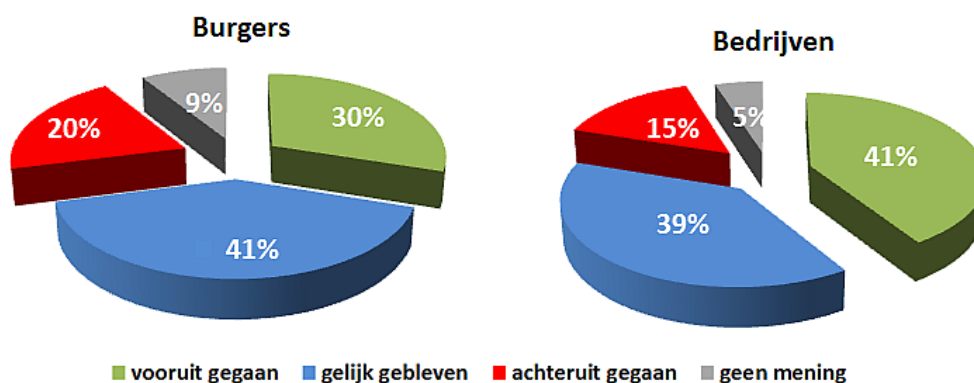
Een grote meerderheid van zowel burgers (91%) als bedrijven (95%) vindt dat er voldoende natuur, landschap en groen in heel Limburg is (figuur 3.3). In beide groepen beoordeelt ruim een derde de hoeveelheid natuur, landschap en groen zelfs als ruim voldoende. Slechts een kleine minderheid vindt dat er te weinig natuur, landschap en groen in Limburg is.



Figuur 3.3. Verdeling van antwoorden op de vraag "Hoe beoordeelt u over het algemeen de mate waarin natuur, landschap en groen in de provincie Limburg aanwezig zijn?"

### 3.3 Oordeel over ontwikkeling natuur, landschap en groen in afgelopen 5 jaar

Ongeveer zeven op de tien burgers en acht op de tien bedrijven vinden dat de kwaliteit van natuur, landschap en groen in Limburg de afgelopen vijf jaar constant is gebleven of vooruit gegaan. Bedrijven vinden vaker dan burgers dat natuur, landschap en groen vooruit zijn gegaan en minder vaak dat het achteruit is gegaan. Voor zowel burgers als bedrijven geldt echter dat de groep die vindt dat natuur, landschap en groen vooruit zijn gegaan groter is dan de groep die vindt dat het achteruit is gegaan. Er zijn geen verschillen tussen leefstijlgroepen en sectoren in het oordeel over de hoeveelheid en de ontwikkeling van natuur, landschap en groen.



Figuur 3.4. Verdeling van antwoorden op de vraag "Zijn natuur, landschap en groen in de provincie Limburg er volgens u in de afgelopen 5 jaar op vooruit of juist op achteruit gegaan?"

### 3.4 Rapportcijfers, natuur, landschap en groen in heel Limburg

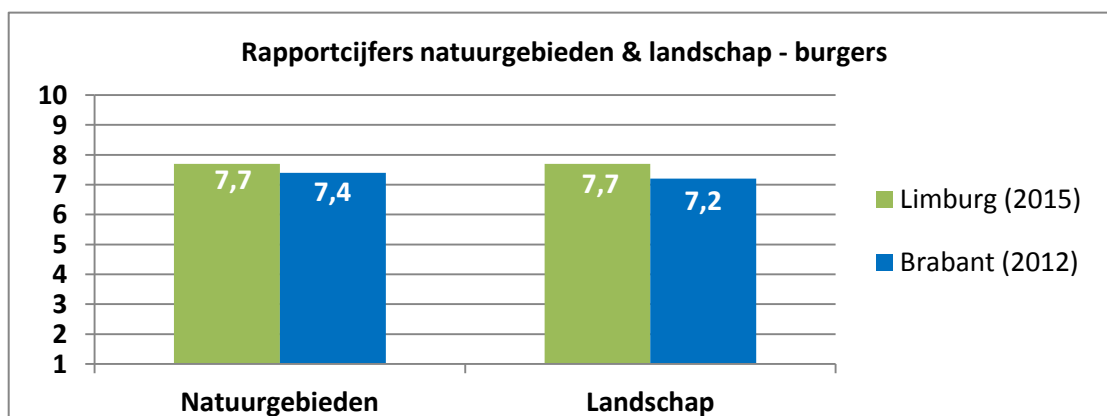
Inwoners van Limburg geven gemiddeld het cijfer 7,6 voor de kwaliteit van het totaal aan natuur, landschap en groen in de provincie (tabel 3.1). Bijna iedereen (98%) geeft een voldoende, bijna twee derde (62%) geeft minimaal een 8. Natuurgebieden en landschap in Limburg krijgen elk afzonderlijk van burgers een hoger cijfer (7,7) dan groen in steden en dorpen (6,8). Het groen in steden en dorpen krijgt van de meeste burgers (92%) wel een voldoende, maar slechts een kwart (26%) geeft een 8 of hoger. Burgers waarderen dus over het algemeen de kwaliteit van natuur en landschap in Limburg hoger dan de kwaliteit van groen in steden en dorpen.

Bedrijven geven over het algemeen net iets lagere rapportcijfers aan de kwaliteit van natuur, landschap en groen in Limburg dan burgers, maar hun beoordelingen zijn zeer vergelijkbaar. Natuur en landschap in Limburg krijgen ook van bedrijven een hoger cijfer (7,7) dan groen in steden en dorpen (6,7).

Tabel 3.1. Gemiddelde rapportcijfers van burgers en bedrijven voor de kwaliteit van natuur, landschap en groen in de provincie Limburg.

Categorie	Gem. cijfer	% ≥ 6	% ≥ 8
<b>Burgers</b>			
Natuur, landschap en groen in Limburg	7,6	98%	62%
Natuurgebieden in Limburg	7,7	98%	65%
Landschap in Limburg	7,7	98%	63%
Groen in steden en dorpen in Limburg	6,8	92%	26%
<b>Bedrijven</b>			
Natuur, landschap en groen in Limburg	7,5	98%	54%
Natuurgebieden in Limburg	7,7	98%	62%
Landschap in Limburg	7,7	98%	60%
Groen in steden en dorpen in Limburg	6,7	88%	24%

In 2013 hebben inwoners van Noord-Brabant, net als in Limburg, de kwaliteit van natuurgebieden en landschap in de provincie afzonderlijk beoordeeld. Zoals te zien is in figuur 3.5 blijkt dat zowel natuurgebieden (7,4) als het landschap (7,2) in Brabant lagere cijfers krijgen dan natuurgebieden en landschap in Limburg (beide een 7,7). Voor het groen zijn geen vergelijkbare cijfers uit Brabant beschikbaar.



Figuur 3.5. Gemiddelde rapportcijfers van burgers in Limburg en Noord-Brabant voor natuurgebieden en landschap in hun provincie.



Limburgers met een gele leefstijl geven hoger dan gemiddelde rapportcijfers (tabel 3.2). Limburgers met een blauwe leefstijl geven lager dan gemiddelde rapportcijfers aan landschap en aan groen in steden en dorpen. Er zijn geen verschillen tussen sectoren.

Tabel 3.2. Rapportcijfers uitgesplitst naar leefstijl.

Burgers	Geel	Groen	Blauw	Rood
Natuur, landschap en groen in Limburg	7,8	7,6	7,6	7,6
Natuurgebieden in Limburg	7,8	7,6	7,7	7,7
Landschap in Limburg	7,8	7,7	7,6	7,8
Groen in steden en dorpen in Limburg	7,1	6,8	6,5	6,6

### 3.5 Draagvlak voor initiatieven rondom natuur, landschap en groen

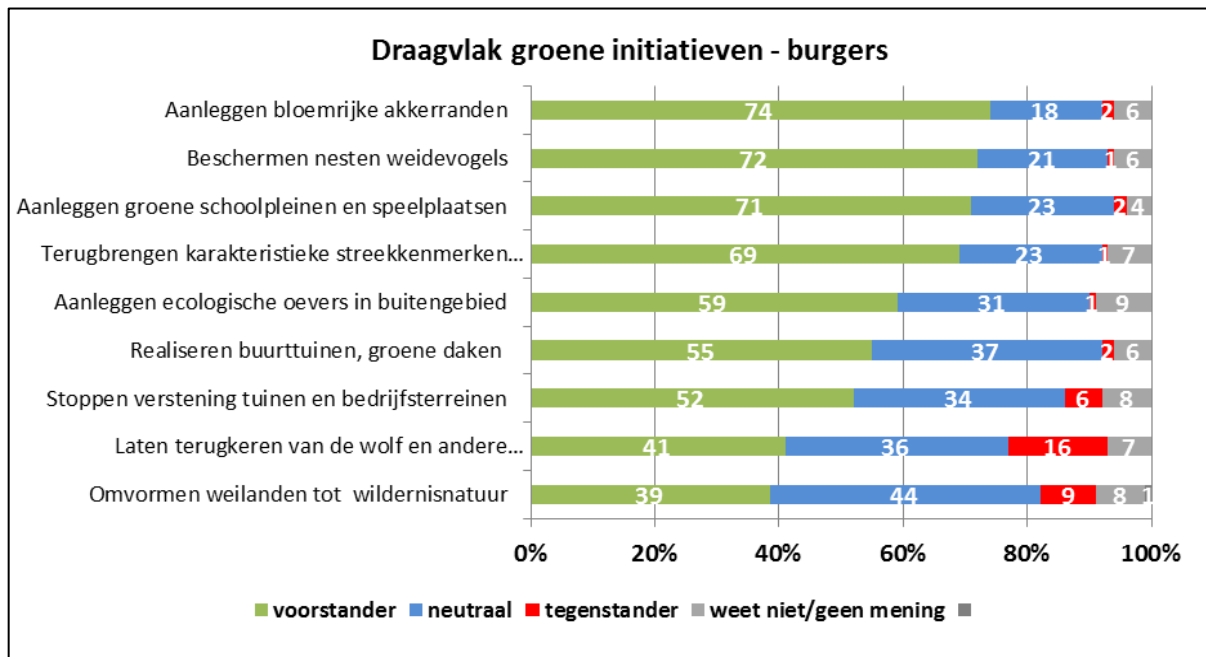
Om het draagvlak voor groene initiatieven en maatregelen in kaart te brengen zijn negen initiatieven aan respondenten voorgelegd (zie tabel 3.3 voor volledige omschrijvingen van de initiatieven). Vijf initiatieven hebben betrekking op het aantrekkelijker, natuurlijker en meer divers maken van het natuur en landschap in Limburg (zoals het aanleggen van bloemrijke akkerranden). Drie initiatieven zijn gericht op het vergroenen van de leefomgeving (zoals het aanleggen van groene schoolpleinen). Zowel burgers als bedrijven hebben voor elk initiatief aangegeven of ze er een voor- of tegenstander van zijn, of er neutraal tegenover staan.



Figuur 3.6. Foto-impressie van enkele groene initiatieven (foto's niet getoond in enquête).

Over het algemeen is er veel draagvlak bij burgers voor alle negen groene initiatieven (figuur 3.7). Het draagvlak is het grootst voor initiatieven om het Limburgs landschap te beschermen en aantrekkelijker te maken, zoals het aanleggen van bloemrijke akkerranden, het beschermen van nesten van weidevogels, en het terugbrengen van karakteristieke streekkenmerken in het landschap. Ook het bevorderen van groene, natuurlijk ingerichte schoolpleinen en speelplaatsen voor kinderen scoort hoog. Er is het minste draagvlak voor maatregelen om natuur en landschap 'wilder' te maken, zoals de herintroductie van wilde dieren en de ontwikkeling van wildernisnatuur

in het buitengebied. Eén op de zes Limburgers is tegenstander van het laten terugkeren van de wolf en andere wilde diersoorten die uit Limburg zijn verdwenen, één op de tien is tegenstander van het omvormen van weilanden tot wildernisnatuur.



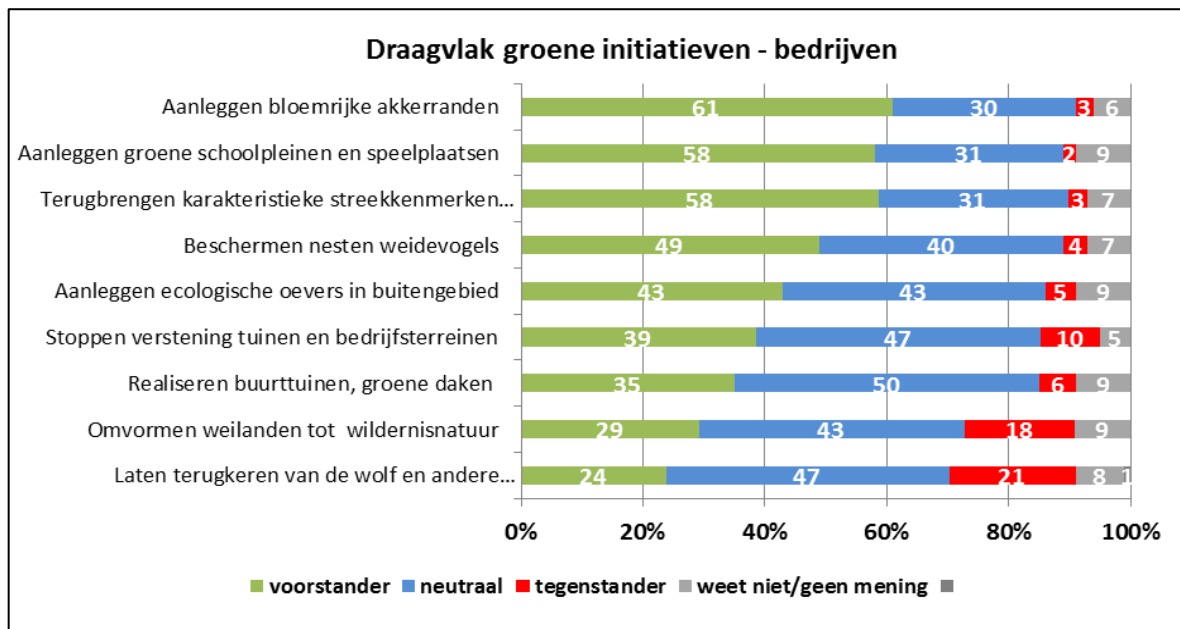
*Figuur 3.7. Verdeling van antwoorden van burgers op de vraag "Kunt u aangeven in hoeverre u een voor of tegenstander van deze initiatieven bent?"*

Limburgers met een groene leefstijl zijn over het algemeen minder vaak voorstander van groene initiatieven dan de drie andere leefstijlgroepen (tabel 3.3). Limburgers met een gele leefstijl zijn vaker voorstander van het aanleggen van groene schoolpleinen en andere natuurlijke speelplaatsen voor kinderen dan de andere drie groepen. Limburgers met een blauwe leefstijl staan positief tegenover het nemen van beschermende maatregelen in het buitengebied, maar zijn het minst vaak voorstander van het aanleggen van ecologische oevers. Limburgers met een rode leefstijl zijn vaker dan de andere drie groepen voorstander van initiatieven om steden te vergroenen, zoals het realiseren van groene buurtvoorzieningen en het stoppen van de verstening van tuinen. Ook zijn ze vaker voorstander van ecologische maatregelen om biodiversiteit te bevorderen zoals het aanleggen van ecologische oevers, het terugbrengen van diersoorten die uit Limburg verdwenen zijn, en het omvormen van weilanden tot wildernisnatuur.

Tabel 3.3. Percentage voorstanders groene initiatieven uitgesplitst naar leefstijl (% binnen leefstijlen).

	Geel	Groen	Blauw	Rood
Het aanleggen van bloemrijke akkerranden om nuttige insecten aan te trekken die helpen met de bestrijding van plagen	77%	71%	76%	77%
Het beschermen van nesten van weidevogels	75%	69%	76%	72%
Het aanleggen van groene, natuurlijk ingerichte schoolpleinen en speelplaatsen voor kinderen	80%	65%	70%	73%
Het beschermen en terugbrengen van karakteristieke streekkenmerken in het landschap	71%	65%	75%	74%
Het aanleggen van ecologische oevers in het buitengebied	60%	56%	54%	73%
Het realiseren van buurttuinen, moestuinen, groene daken en andere groene buurtvoorzieningen	57%	51%	52%	62%
Het stoppen van de verstening en betegeling van tuinen en bedrijfsterreinen	55%	43%	57%	65%
Laten terugkeren van de wolf en andere diersoorten die uit Limburg verdwenen zijn, zoals de otter en de lynx (wilde kat)	36%	37%	43%	56%
Het omvormen van weilanden tot 'wildernisnatuur'	36%	36%	41%	49%

De populariteitsrangorde van bedrijven van de groene initiatieven is vergelijkbaar met die van burgers (figuur 3.8). Ook bij bedrijven kan het aanleggen van bloemrijke akkerranden rekenen op de meeste voorstanders. Het opvallendste verschil is dat dat er bij bedrijven minder draagvlak is voor het beschermen van nesten van weidevogels dan bij burgers. Bij bedrijven staat het beschermen van nesten van weidevogels op de vierde plek, bij burgers staat dit op de tweede plek. Het aanleggen van groene schoolpleinen en speelplaatsen krijgt juist relatief veel steun van bedrijven (2<sup>e</sup> plek bedrijven, 3<sup>e</sup> plek burgers), evenals het omvormen van weilanden tot wildernisnatuur (8<sup>e</sup> plek bedrijven, 9<sup>e</sup> plek burgers).



Figuur 3.8. Verdeling van antwoorden van bedrijven op de vraag "Kunt u aangeven in hoeverre u een voor of tegenstander van deze initiatieven bent?"

Voor alle initiatieven geldt dat bedrijven minder vaak voorstander zijn dan burgers, en iets vaker tegenstander. Het draagvlak voor groene initiatieven onder bedrijven is dus kleiner dan het draagvlak onder burgers. Toch zijn ook bij bedrijven de percentages tegenstanders relatief klein, en staan ook bedrijven overwegend positief of neutraal tegenover alle groene initiatieven.

Er zijn enkele verschillen tussen sectoren (tabel 3.4). Het draagvlak voor groene initiatieven is over het algemeen het kleinst onder bedrijven in de sector industrie. Bedrijven in de sectoren landbouw en dienstverlening zijn vaker voorstander van initiatieven om steden te vergroenen dan bedrijven in de andere twee sectoren. Bedrijven in de sector dienstverlening zijn vaker dan de overige drie sectoren voorstander van het omvormen van weilanden tot wildernisnatuur.

*Tabel 3.4. Percentage voorstanders groene initiatieven uitgesplitst naar sector (% binnen sectoren, alleen significante verschillen getoond).*

	Landbouw	Industrie	Handel	Dienstverlening
Het realiseren van buurttuinen, moestuinen, groene daken en andere buurtvoorzieningen	<b>54%</b>	21%	44%	50%
Het stoppen van de verstening en betegeling van tuinen en bedrijfsterreinen	<b>54%</b>	32%	40%	<b>54%</b>
Het omvormen van weilanden tot 'wildernisnatuur'	29%	23%	30%	<b>44%</b>

## 4. Natuur, landschap en groen in de eigen omgeving

Burgers en bedrijven vinden het groen in hun buurt minstens zo belangrijk als de natuur en het landschap in de bredere omtrek van hun woon- of vestigingsplaats. Burgers brengen ook vaker een bezoek aan het groen in hun buurt dan aan natuur en landschap. Tegelijkertijd zijn zowel burgers als bedrijven minder tevreden met het groen in hun buurt dan met natuur en landschap:

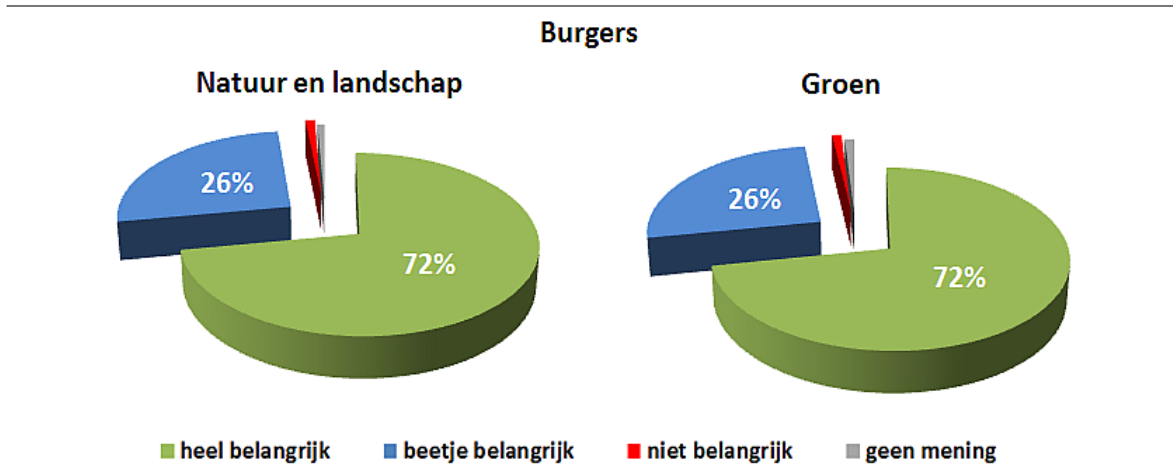
- ✓ Eén op de vijf burgers en bedrijven vindt dat er te weinig groen in hun buurt is, terwijl slechts één op de tien burgers en bedrijven vindt dat er te weinig natuur en landschap is.
- ✓ Eén op de vijf burgers en één op de zeven bedrijven vindt dat het groen in hun buurt de afgelopen vijf jaar achteruit is gegaan, terwijl slechts één op de zeven burgers en één op de tien bedrijven vindt dat natuur en landschap achteruit zijn gegaan.
- ✓ Zowel burgers als bedrijven in Limburg geven een lager rapportcijfer aan het groen in hun buurt als aan natuur en landschap in de omgeving van hun woon- of vestigingsplaats.
- ✓ Inwoners en bedrijven in Limburg geven een lager rapportcijfer aan het groen in hun buurt dan inwoners en bedrijven in Overijssel.

Overige opvallende bevindingen m.b.t. natuur, groen en landschap in de omgeving:

- ✓ Burgers en bedrijven in de minst stedelijke gemeenten zijn het meest tevreden over de kwaliteit en hoeveelheid van natuur, landschap en groen in hun omgeving.
- ✓ Inwoners van Midden-Limburg zijn het meest tevreden over natuur en landschap in hun omgeving.
- ✓ Burgers met een rode en gele leefstijl vinden natuur en landschap in hun omgeving belangrijker en brengen vaker een bezoek aan natuur, landschap en groen dan burgers met een groene en blauwe leefstijl.
- ✓ Bedrijven in de sectoren industrie en handel vinden natuur, landschap en groen in hun omgeving minder belangrijk, waarderen het lager, en organiseren er minder vaak activiteiten dan bedrijven in de sectoren landbouw en dienstverlening.

## 4.1 Belang natuur, landschap en groen in de omgeving

Zowel natuur en landschap in de ruimere omgeving van de woonplaats als het groen in de eigen buurt worden door vrijwel alle burgers (98%) belangrijk gevonden, 72% vindt het zelfs heel belangrijk (figuur 4.1). Bijna geen enkele burger (1%) vindt het niet belangrijk.



Figuur 4.1. Verdeling van antwoorden van burgers op de vraag "In hoeverre zijn natuur, landschap en groen in de omgeving belangrijk voor u?"

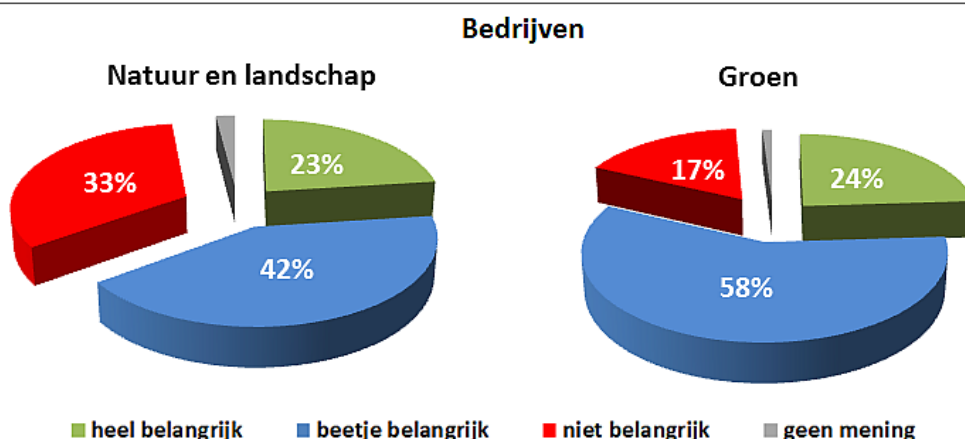
De vier leefstijlgroepen verschillen in het belang dat ze hechten aan natuur en landschap in de wijde omgeving van de woonplaats (tabel 4.1). Limburgers met een rode en gele leefstijl vinden natuur en landschap vaker heel belangrijk dan Limburgers met een groene en blauwe leefstijl. De leefstijlgroepen verschillen niet in het belang dat ze hechten aan het groen in hun buurt.

Tabel 4.1. Oordeel over belang natuur en landschap in de woonomgeving uitgesplitst naar leefstijl<sup>1</sup>.

	Geel	Groen	Blauw	Rood
<b>Natuur en landschap</b>				
heel belangrijk	76%	69%	67%	81%
beetje belangrijk	24%	28%	32%	18%
niet belangrijk	0%	2%	1%	1%

In vergelijking met burgers vinden bedrijven natuur, landschap en groen in de eigen omgeving minder belangrijk (figuur 4.2). Toch vindt nog steeds een meerderheid van de bedrijven zowel natuur en landschap (65%) als groen (82%) heel of een beetje belangrijk voor hun bedrijf. Eén op de vijf bedrijven vindt groen in de directe omgeving van het bedrijf niet belangrijk, één op de drie vindt natuur en landschap niet belangrijk.

<sup>1</sup> In tabellen met uitsplitsingen van antwoorden naar leeftijd/sector wordt de optie weet niet/geen mening niet weergegeven.



*Figuur 4.2. Verdeling van antwoorden van bedrijven op de vraag "In hoeverre zijn natuur, landschap en groen in de omgeving belangrijk voor u?"*

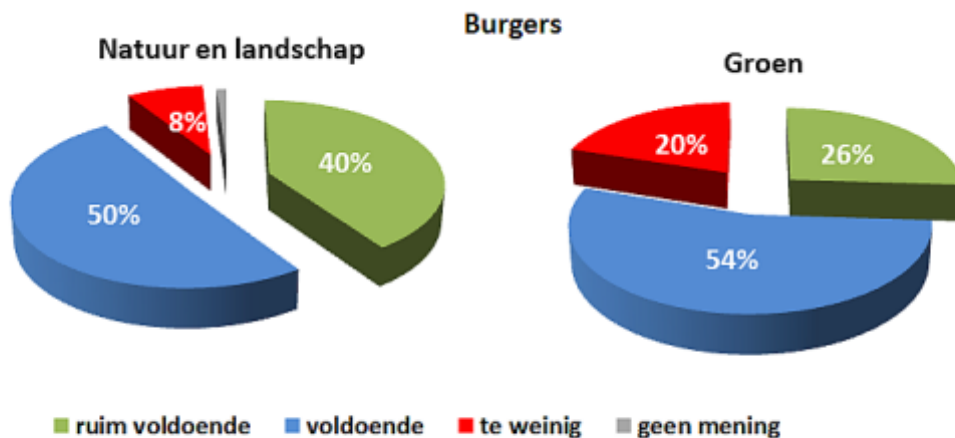
Bedrijven in de sectoren industrie en handel vinden natuur, landschap en groen in hun omgeving veel minder belangrijk dan bedrijven in de sectoren dienstverlening en landbouw (tabel 4.2). Ongeveer een derde van de bedrijven in de sectoren industrie en handel vindt natuur en landschap in de omgeving niet belangrijk, een kwart van de bedrijven in deze sectoren vindt groen in de buurt niet belangrijk. Natuur en landschap in de wijdere omtrek wordt het vaakst zeer belangrijk gevonden door de sectoren landbouw en dienstverlening, groen in de directe omgeving wordt het vaakst zeer belangrijk gevonden door de sector dienstverlening.

*Tabel 4.2. Oordeel over belang natuur, landschap en groen in de bedrijfsomgeving uitgesplitst naar sector.*

	Landbouw	Industrie	Handel	Dienstverlening
<b>Natuur en landschap</b>				
heel belangrijk	46%	12%	22%	58%
beetje belangrijk	36%	50%	39%	29%
niet belangrijk	18%	35%	38%	10%
<b>Groen</b>				
heel belangrijk	39%	15%	21%	65%
beetje belangrijk	36%	58%	57%	25%
niet belangrijk	14%	26%	26%	6%

## 4.2 Oordeel hoeveelheid natuur, landschap en groen in de omgeving

Negen op de tien burgers vinden dat er voldoende of ruim voldoende natuur en landschap in de wijde omtrek van hun woonplaats is, acht op de tien vinden dat er voldoende of ruim voldoende groen in hun buurt is (zie Figuur 4.3). Burgers zijn dus minder tevreden met de hoeveelheid groen in hun omgeving dan met de hoeveelheid natuur en landschap. Eén op de vijf burgers vindt dat er te weinig groen in de buurt is, terwijl één op de tien vindt dat er te weinig natuur en landschap in de wijdere omtrek van de woonplaats is.



Figuur 4.3. Verdeling van antwoorden van burgers op de vraag "Hoe beoordeelt u de hoeveelheid natuur, landschap en groen in uw eigen woonomgeving?"

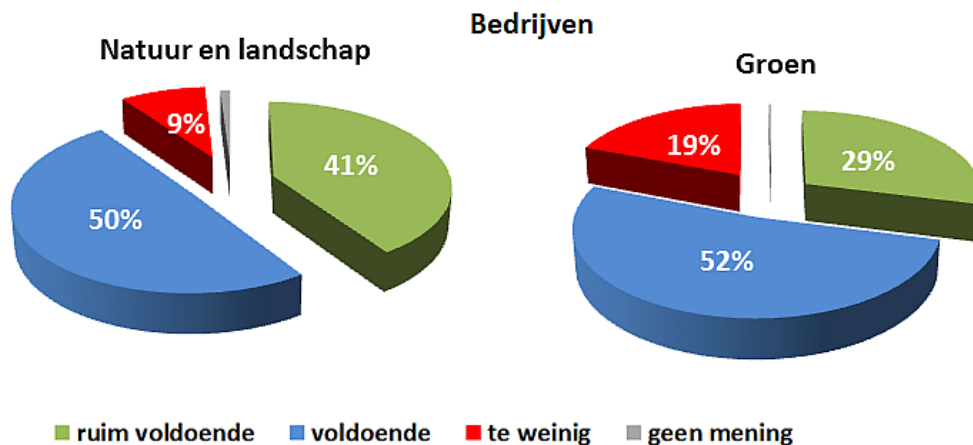
Burgers met een groene leefstijl zijn minder positief in hun oordeel over de hoeveelheid natuur, landschap en groen in de woonomgeving dan de andere groepen (tabel 4.3). Ze beoordelen zowel de hoeveelheid natuur en landschap, als de hoeveelheid groen, minder vaak als ruim voldoende.

Tabel 4.3. Oordeel over hoeveelheid natuur, landschap en groen in de woonomgeving uitgesplitst naar leefstijl

	Geel	Groen	Blauw	Rood
<b>Natuur en landschap</b>				
ruim voldoende	42%	33%	48%	49%
voldoende	50%	57%	44%	41%
te weinig	8%	8%	7%	11%
<b>Groen</b>				
ruim voldoende	30%	20%	30%	27%
voldoende	50%	60%	49%	49%
te weinig	20%	19%	20%	24%



Voor bedrijven geldt ook dat negen op de tien tevreden is over natuur en landschap in de wijdere omtrek van het bedrijf, acht op de tien bedrijven is tevreden over het groen in de directe omgeving (figuur 4.4). Bedrijven zijn dus, net als burgers, minder vaak tevreden over het groen in de buurt van hun bedrijf dan over natuur en landschap. Eén op de vijf bedrijven vindt dat er te weinig groen in de buurt is, terwijl één op de tien vindt dat er te weinig natuur en landschap in de wijdere omtrek van de woonplaats is.



Figuur 4.4. Verdeling van antwoorden van bedrijven op de vraag "Hoe beoordeelt u de hoeveelheid natuur, landschap en groen in en rond de plek waar uw bedrijf is gevestigd?"

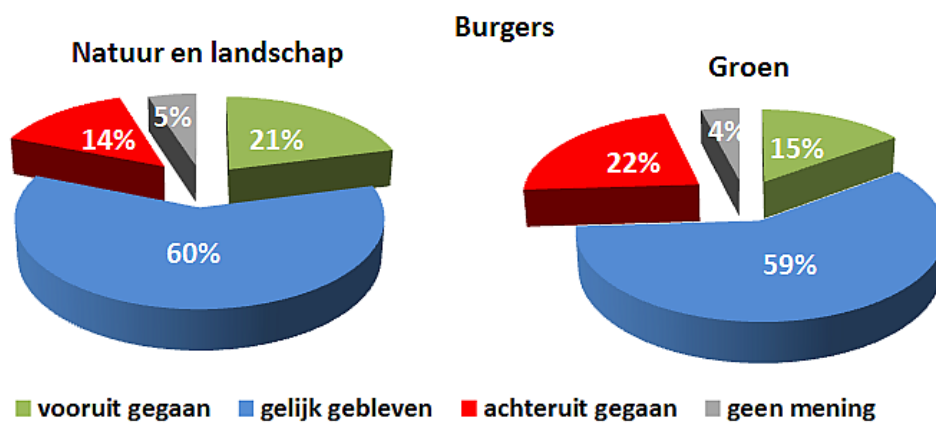
Bedrijven in de sectoren landbouw en dienstverlening oordelen positiever over de hoeveelheid groen in de directe omgeving van hun bedrijf dan bedrijven in de sectoren industrie en handel. Er zijn geen significante verschillen tussen de sectoren in het oordeel over de hoeveelheid natuur en landschap in de wijdere omtrek van het bedrijf.

Tabel 4.4. Oordeel over hoeveelheid groen in de bedrijfsomgeving uitgesplitst naar sector.

	Landbouw	Industrie	Handel	Dienstverlening
<b>Groen</b>				
ruim voldoende	36%	27%	24%	48%
voldoende	61%	54%	49%	39%
te weinig	0%	19%	27%	13%

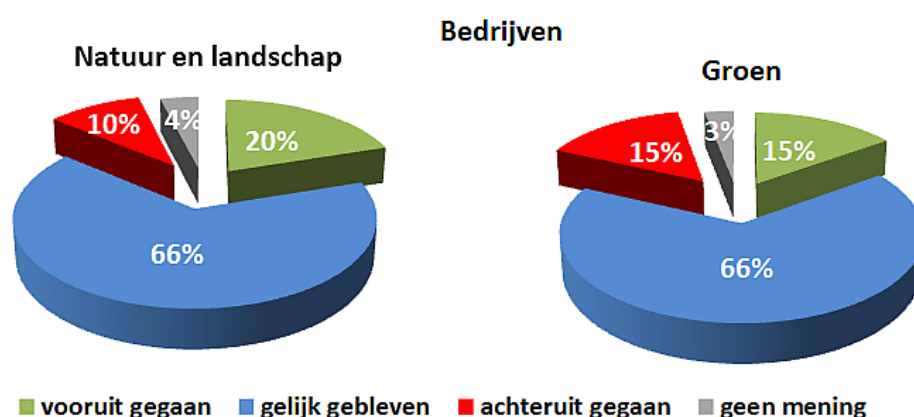
### 4.3 Oordeel ontwikkeling natuur, landschap en groen in de omgeving

Zes op de tien burgers vinden dat de kwaliteit van natuur, landschap en groen in hun omgeving de afgelopen vijf jaar gelijk is gebleven (zie Figuur 4.5). Eén op de vijf burgers vindt dat natuur en landschap in hun omgeving er op vooruit zijn gegaan, één op de zeven vindt dat natuur en landschap achteruit zijn gegaan. Voor groen in de buurt is het net andersom. Eén op de vijf burgers vindt dat het groen in de buurt is achteruit gegaan, terwijl maar één op de zeven vindt dat het vooruit is gegaan. De groep burgers die vindt dat het groen in de buurt achteruit is gegaan is dus groter dan de groep die vindt dat het vooruit is gegaan. Er zijn geen significante verschillen tussen de leefstijlgroepen in het oordeel over de ontwikkeling van natuur, landschap en groen in de eigen omgeving.



*Figuur 4.5. Verdeling van antwoorden van burgers op de vraag "Zijn natuur, landschap en groen in uw woonomgeving er volgens u in de afgelopen 5 jaar op vooruit of juist op achteruit gegaan?"*

Bedrijven oordelen over het algemeen iets positiever over de ontwikkeling van natuur, landschap en groen dan burgers (figuur 4.6). Eén op de vijf bedrijven vindt dat natuur en landschap in hun omgeving er op vooruit zijn gegaan, één op de tien vindt dat natuur en landschap achteruit zijn gegaan. De groep die vindt dat natuur en landschap vooruit zijn gegaan is dus twee keer zo groot als de groep die vindt dat het achteruit is gegaan. Met betrekking tot het groen in de omgeving vinden net zo veel bedrijven dat het groen vooruit is gegaan, als dat het achteruit is gegaan (beide 15%). Er zijn geen significante verschillen tussen de sectoren in het oordeel over de ontwikkeling van natuur, landschap en groen in de omgeving van het bedrijf.



Figuur 4.6. Verdeling van antwoorden van bedrijven op de vraag “Zijn natuur, landschap en groen in de omgeving van uw bedrijf er volgens u in de afgelopen 5 jaar op vooruit of juist op achteruit gegaan?”

#### 4.4 Rapportcijfers natuur, landschap en groen in de omgeving

De cijfers voor de kwaliteit van natuur, landschap en groen in de eigen omgeving (tabel 4.5) laten hetzelfde patroon zien als de in het vorige hoofdstuk besproken cijfers voor natuur, landschap en groen in heel Limburg (tabel 3.1). Natuur, landschap en groen in de eigen omgeving krijgen een ruime voldoende, maar het groen krijgt een lager cijfer dan natuur en landschap.

Burgers geven een iets hoger cijfer aan het groen in hun eigen buurt (7,0) dan aan groen in heel Limburg (6,8, zie tabel 3.1). Bedrijven geven een iets lager cijfer (7,3) aan natuur en landschap in de wijde omtrek van hun bedrijf dan aan natuur en landschap in heel Limburg (7,7, zie tabel 3.1)

Tabel 4.5. Gemiddelde rapportcijfers van burgers en bedrijven voor de kwaliteit van natuur, landschap en groen in hun eigen omgeving.

Categorie	Gem. cijfer	% ≥ 6	% ≥ 8
<b>Burgers</b>			
Natuur en landschap in de wijde omtrek	7,6	97%	60%
Groen in de directe omgeving	7,0	87%	36%
<b>Bedrijven</b>			
Natuur en landschap in de wijde omtrek	7,3	95%	46%
Groen in de directe omgeving	6,7	85%	28%

Limburgers met een gele leefstijl geven een hoger dan gemiddeld rapportcijfer aan het groen in hun buurt en Limburgers met een rode leefstijl geven een lager dan gemiddeld rapportcijfer aan het groen in hun buurt (tabel 4.6).

Bedrijven in de sector landbouw geven een hoger dan gemiddeld rapportcijfer aan het groen in de buurt van hun bedrijf, bedrijven in de sector handel geven een lager dan gemiddeld rapportcijfer aan het groen in hun buurt.

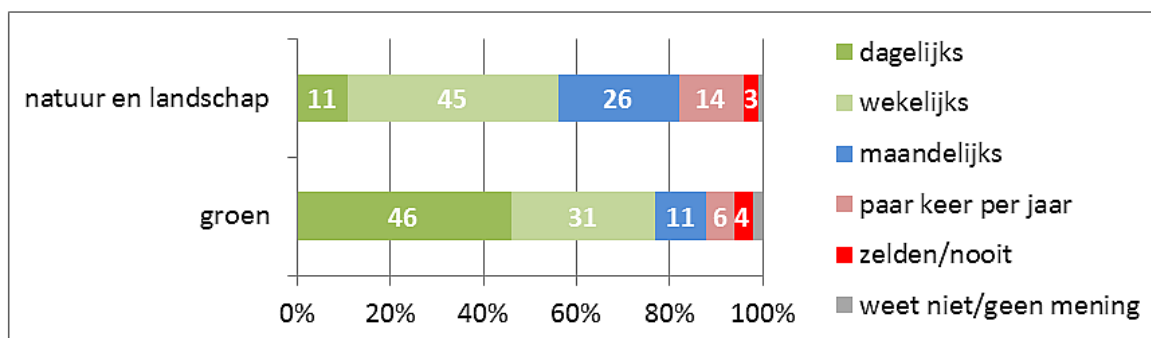
Tabel 4.6. Rapportcijfers uitgesplitst naar leefstijl (burgers) en sector (bedrijven).

Burgers	Geel	Groen	Blauw	Rood
Rapportcijfer natuur en landschap*	7,7	7,6	7,6	7,5
Rapportcijfer groen	7,2	7,0	6,9	6,8
Bedrijven	Landbouw	Industrie	Handel	Dienstverlening
Rapportcijfer natuur en landschap*	7,4	7,4	7,2	7,6
Rapportcijfer groen	7,3	6,7	6,5	7,0

\* verschillen tussen groepen niet significant

#### 4.5 Bezoek natuur, landschap en groen in de omgeving

Natuur, landschap en groen worden goed bezocht door burgers (figuur 4.7). Ruim twee derde van de Limburgers brengt minstens één keer per week een bezoek aan het groen in de buurt, bijna de helft komt er zelfs dagelijks. Natuur en landschap in de wijdere omtrek worden minder vaak bezocht dan het groen. Toch brengt meer dan de helft van de Limburgers minstens één keer week een bezoek aan natuur en landschap in hun omgeving, één op de tien komt er dagelijks. De percentages Limburgers die weinig in aanraking komen met natuur, landschap en groen zijn daarentegen ook redelijk hoog: Eén op de tien Limburgers brengt slechts een paar keer per jaar of minder een bezoek aan het groen in de omgeving, één op de zes brengt een paar keer per jaar of minder een bezoek aan natuur en landschap in de wijde omtrek van de woonplaats.



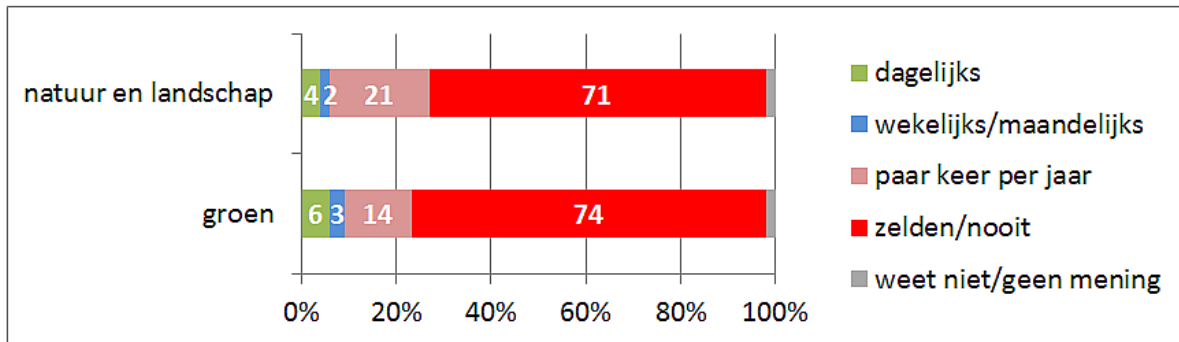
Figuur 4.7. Verdeling van antwoorden van burgers op de vraag "Hoe vaak brengt u, gemiddeld over een jaar, een bezoek aan natuur, landschap en groen in uw eigen woonomgeving?"

Limburgers met een rode en gele leefstijl brengen vaker een bezoek aan natuur, landschap en groen dan de groene en blauwe groepen (tabel 4.7). De groene groep komt het minst vaak in natuur, landschap en groen.

Tabel 4.7. Bezoekfrequentie uitgesplitst naar leefstijl.

	Geel	Groen	Blauw	Rood
<b>Natuur en landschap</b>				
dagelijks	13%	8%	9%	18%
wekelijks/maandelijks	70%	70%	75%	69%
een paar keer per jaar of minder	16%	21%	16%	12%
<b>Groen</b>				
dagelijks	50%	40%	46%	51%
wekelijks/maandelijks	40%	43%	45%	38%
een paar keer per jaar of minder	9%	16%	9%	7%

De meeste bedrijven organiseren zelden of nooit activiteiten voor werknemers en/of klanten in natuur, landschap en groen (figuur 4.8). Natuur en landschap worden iets vaker bezocht door bedrijven dan het groen in de buurt. Ongeveer één op de twintig bedrijven organiseert minstens één keer per maand een activiteit in natuur en landschap in de wijde omtrek van het bedrijf, één op de tien bedrijven organiseert minstens één keer per maand een activiteit in het groen in de buurt.



Figuur 4.8. Verdeling van antwoorden van bedrijven op de vraag “Hoe vaak organiseert u als bedrijf activiteiten voor werknemers en/of klanten in natuur, landschap en groen?”

Er zijn grote verschillen tussen sectoren (tabel 4.8). De sector dienstverlening (inclusief horeca en toerisme) organiseert het vaakst activiteiten in natuur, landschap en groen, gevolgd door de sector landbouw. In de sectoren industrie en handel organiseert vrijwel geen enkel bedrijf (< 2%) maandelijks of vaker een activiteit in natuur, landschap en groen.

Tabel 4.8. Activiteiten met klanten/werknemers uitgesplitst naar sector.

	Landbouw	Industrie	Handel	Dienstverlening
<b>Natuur en landschap</b>				
dagelijks	7%	0%	0%	21%
wekelijks/maandelijks	7%	0%	1%	12%
een paar keer per jaar of minder	86%	100%	96%	64%
<b>Groen</b>				
dagelijks	7%	1%	2%	33%
wekelijks/maandelijks	11%	0%	0%	12%
een paar keer per jaar of minder	82%	97%	95%	53%

#### 4.6 Verschillen tussen stedelijkheidsniveaus

Bij burgers nemen de waardering van en het bezoek aan natuur, landschap en groen over het algemeen toe naarmate ze in een minder stedelijke omgeving wonen (tabel 4.9). Inwoners van de minst stedelijke gemeenten vinden het vaakst dat er ruim voldoende natuur, landschap en groen in hun omgeving is en ze vinden het minst vaak dat de kwaliteit van natuur, landschap en groen in de afgelopen vijf jaar achteruit is gegaan. Ook brengen ze het vaakst een bezoek aan het groen. Dit patroon zien we terug in alle drie de regio's; ook in de regio's Noord- en Midden Limburg, waar geen sterk stedelijke gemeenten zijn, zijn inwoners van weinig/niet stedelijke gemeenten tevredener dan inwoners van matig stedelijke gemeenten.

Tabel 4.9. Overzicht van belangrijkste verschillen tussen stedelijkheidsniveaus in de waardering van natuur, landschap en groen in de omgeving (percentages binnen stedelijkheidsniveaus).

	Sterk Stedelijk	Matig stedelijk	Weinig/niet stedelijk
<b>Burgers</b>			
% ruim voldoende natuur en landschap	32%	35%	51%
% ruim voldoende groen	22%	23%	30%
% natuur en landschap achteruit gegaan	20%	14%	10%
% groen achteruit gegaan	29%	21%	19%
% dagelijks/wekelijks bezoek groen	48%	54%	61%
<b>Bedrijven</b>			
% ruim voldoende natuur en landschap	32%	32%	51%
% ruim voldoende groen	19%	24%	37%
% groen achteruit gegaan	13%	23%	11%
rapportcijfer natuur en landschap	7,3	7,1	7,5
rapportcijfer groen	6,7	6,4	7,0

Bedrijven zijn ook tevredener met de hoeveelheid natuur, landschap en groen in de omgeving van hun bedrijf naarmate ze in een minder stedelijke omgeving gevestigd zijn. Bedrijven in matige stedelijke gemeenten vinden echter vaker dan bedrijven in meer en minder stedelijke gemeenten dat het groen in hun omgeving achteruit is gegaan en geven ook de laagste rapportcijfers aan natuur en landschap en het groen in hun omgeving. Dit zou te maken kunnen hebben met het feit dat 72% van de bedrijven in matig stedelijke gemeenten gehuisvest is op een industrieterrein, tegen 47% van de bedrijven in stedelijk en weinig stedelijke gemeenten.

#### 4.7 Verschillen tussen regio's

Er zijn sterke verschillen in stedelijkheid tussen de drie regio's. In Zuid-Limburg woont 45% van de respondenten in sterk stedelijk gebied (Maastricht, Heerlen, Kerkrade, Brunssum). In Noord- en Midden-Limburg zijn geen sterk stedelijke gemeenten, en woont dus iedereen in matig, weinig of niet stedelijk gemeenten. Hierdoor kunnen verschillen tussen regio's zowel het gevolg zijn van algemene invloeden van stedelijkheid, als van regio-specifieke factoren. Om een zuiver beeld te krijgen van verschillen tussen de drie regio's, is daarom alleen gekeken naar inwoners van matige en weinig/niet stedelijke gemeenten.

Inwoners van Noord-Limburg vinden natuur en landschap in hun omgeving het minst vaak zeer belangrijk. Inwoners van Midden-Limburg zijn het meest tevreden over natuur en landschap in hun omgeving. Ze vinden het vaakst van de drie regio's dat er ruim voldoende natuur en landschap in hun omgeving is, ze vinden het vaakst dat natuur en landschap vooruit zijn gegaan, en ze geven het hoogste rapportcijfer. Inwoners van Zuid-Limburg vinden natuur en landschap in hun omgeving het vaakst zeer belangrijk. Er zijn geen verschillen tussen de drie regio's in hoe vaak men een bezoek brengt aan natuur landschap.

Bij bedrijven zijn er geen noemenswaardige verschillen tussen de regio's in de waardering van natuur, landschap en groen.

Tabel 4.10. Overzicht van belangrijkste verschillen tussen burgers in drie regio's in de waardering van natuur, landschap en groen in de omgeving (percentages binnen regio's).

	Noord-Limburg	Midden-Limburg	Zuid-Limburg
<b>Burgers</b>			
% natuur en landschap zeer belangrijk	65%	73%	79%
% ruim voldoende natuur en landschap	43%	48%	41%
% natuur en landschap vooruit gegaan	18%	31%	17%
rapportcijfer groen	7,5	7,8	7,6

\* De vergelijking heeft alleen betrekking op inwoners van matige en weinig/niet stedelijke gemeenten. Inwoners van sterk stedelijke gemeenten in Zuid Limburg (N = 255) zijn buiten beschouwing gelaten.

#### 4.8 Vergelijking cijfers Limburg met andere onderzoeken

De afgelopen jaren zijn er in Overijssel (2015) en Noord-Brabant (2012) belevingsonderzoeken uitgevoerd met deels dezelfde vragen over natuur en landschap als in het huidige onderzoek. Voor Overijssel zijn ook gegevens uit 2015 bekend over bedrijven in de provincie. Er zijn ook cijfers van het Planbureau voor de Leefomgeving uit 2009 voor de gehele Nederlandse bevolking. Hoe doet Limburg het in vergelijking met deze onderzoeken? Tabel 4.11 geeft een overzicht van de belangrijkste overeenkomsten en verschillen.

Inwoners van Limburg bezoeken natuur en landschap in hun omgeving ongeveer even vaak als inwoners van Noord-Brabant. Ze vinden echter vaker dat er ruim voldoende natuur en landschap in hun woonomgeving is, en ze geven (zoals al eerder in hoofdstuk 3 werd vermeld) ook hogere rapportcijfers aan natuurgebieden en landschap in de provincie dan inwoners van Noord-Brabant.

Inwoners van Limburg geven precies hetzelfde cijfer (7,6) aan natuur en landschap in hun eigen omgeving als inwoners van Overijssel en de Nederlandse bevolking. Inwoners van Limburg geven wel een iets lager rapportcijfer aan het groen in hun buurt (7,0) dan inwoners van Overijssel (7,3)

Bedrijven in Limburg geven een lager cijfer dan bedrijven in Overijssel aan zowel natuur en landschap in de wijdere omtrek van hun bedrijf als aan het groen in de directe omgeving van hun bedrijf.

Tabel 4.11. Cijfers Limburg in vergelijking met andere provincies en heel Nederland.

	Limburg 2015	Brabant 2012	Overijssel 2015	NL 2009
<b>Burgers</b>				
% minstens 1x per maand bezoek natuur en landschap	82%	81%	-	-
% ruim voldoende natuur en landschap in omgeving	40%	30%	-	-
cijfer natuurgebieden in de hele provincie	7,7	7,4	-	-
cijfer landschap in de hele provincie	7,7	7,2	-	-
cijfer natuur en landschap in omgeving	7,6	-	7,6	7,6
cijfer groen in buurt	7,0	-	7,3	-
<b>Bedrijven</b>				
rapportcijfer natuur en landschap in omgeving	7,3	-	7,6	-
rapportcijfer groen in buurt	6,7	-	7,1	-

## 5. Participatiebereidheid

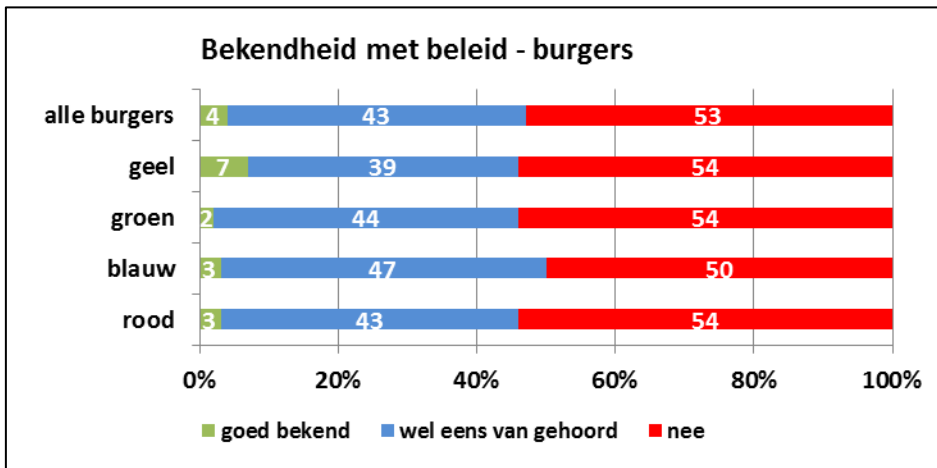
Burgers en bedrijven in Limburg staan over het algemeen positief tegenover het idee om zelf meer verantwoordelijk te nemen voor natuur, landschap en groen, en velen brengen dit ook al in de praktijk. De belangrijkste cijfers over participatie op een rijtje:

- ✓ Meer dan de helft van de burgers en bedrijven in Limburg is niet bekend met het beleid van de provincie om burgers en bedrijven te stimuleren om meer verantwoordelijkheid te nemen voor natuur, landschap en groen. Vrijwel niemand is hier goed bekend mee.
- ✓ Een meerderheid van de burgers (63%) en bedrijven (54%) in Limburg staat (zeer) positief tegenover het beleid van de provincie om burgers en bedrijven te stimuleren om te participeren in natuur, landschap en groen. Slechts 5% van de burgers, en 8% van de bedrijven denkt hier negatief over.
- ✓ Een meerderheid van de burgers (52%) en ongeveer een derde van de bedrijven (34%) staat ook (zeer) positief tegenover het idee om zelf meer verantwoordelijkheid te nemen. Slechts 8% van de burgers, en 17% van de bedrijven denkt hier negatief over.
- ✓ De bereidheid om verantwoordelijkheid te nemen voor het groen in de buurt is groter dan de bereidheid om verantwoordelijkheid te nemen voor natuur en landschap in de wijdere omtrek. Toch staat nog altijd 44% van de burgers, en 24% van de bedrijven (zeer) positief tegenover het idee om zelf verantwoordelijkheid te nemen voor natuur en landschap.
- ✓ Iets meer dan de helft van de burgers in Limburg participeert in tenminste één groene activiteit. Eén op de acht burgers is nu nog niet actief, maar wel bereid om het te worden. De participatiegraad is het hoogst voor laagdrempelige initiatieven. Ruim één op de drie burgers heeft bijvoorbeeld een diervriendelijke voorziening in de tuin of op het balkon.
- ✓ Van de bedrijven in Limburg participeert 44% in één of meer groene activiteiten. Eén op de zeven bedrijven is nu nog niet actief, maar wel bereid om het te worden. Er is vooral veel animo om te investeren in een groene bedrijfsomgeving. Eén op de zeven bedrijven heeft bijvoorbeeld al geïnvesteerd in groene voorzieningen zoals een groen dak of een groene werkomgeving, en ruim één op de vijf geeft aan dat er een grote kans is dat ze dit gaan doen.
- ✓ Iets meer dan de helft van de Limburgers staat positief of zeer positief tegenover het idee om bewoners zeggenschap te geven over het groen in hun buurt. Iets minder dan de helft geeft aan ook zelf een bijdrage te kunnen en willen leveren aan het openbaar groen. De meerderheid hoeft hiervoor geen vergoeding.
- ✓ Ongeveer één op de drie bedrijven staat positief tegenover vrijwillige natuurcompensatie, en één op de acht staat negatief tegenover dit idee. Bedrijven met een positieve houding typeren vrijwillige natuurcompensatie als een moderne, duurzame variant van het principe “de vervuiler betaalt”, die leidt tot een win-win situatie. Bedrijven met een negatieve houding beschouwen vrijwillige natuurcompensatie als een “vrijbrief voor vervuiling” en zien natuurcompensatie als een taak van de overheid.
- ✓ Limburgers met een groene leefstijl staan het minst positief tegenover participatie in natuur, landschap en groen en ze zijn ook het minst actief op dit terrein. Limburgers met een rode leefstijl hebben de grootste participatiebereidheid, maar zijn in de praktijk vaak minder actief dan Limburgers met een gele en blauwe leefstijl.
- ✓ Bedrijven in de sectoren landbouw en dienstverlening staan positiever tegenover participatie in natuur, landschap en groen, en zijn vaker zelf actief, dan bedrijven in de sectoren industrie en handel. De sector landbouw is het meest positief en actief, de sector industrie is het minst positief en actief.



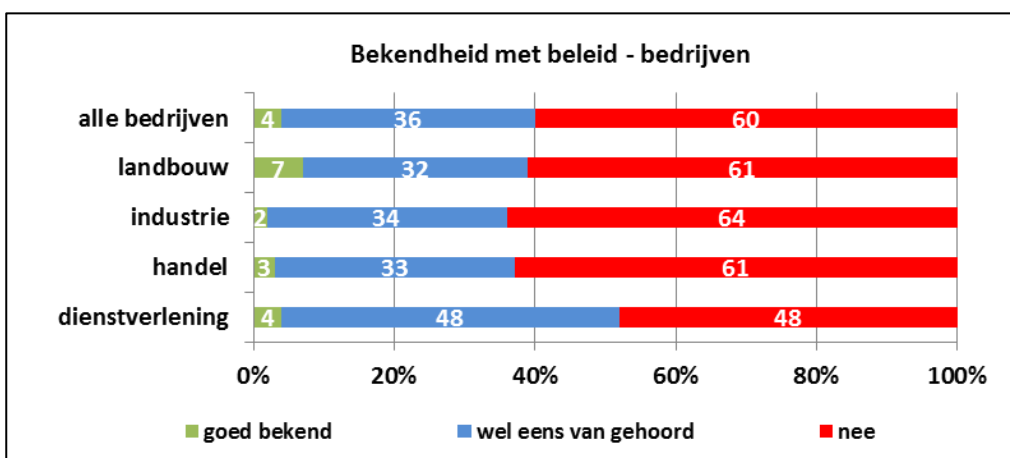
## 5.1 Bekendheid met beleid

Meer dan de helft van de Limburgers weet niet dat de Provincie Limburg burgers en bedrijven wil stimuleren om meer verantwoordelijkheid te nemen voor natuur, landschap en groen (figuur 5.1). Slechts 4% zegt goed bekend te zijn met dit beleid. Limburgers met een gele leefstijl zeggen vaker goed bekend te zijn met het beleid om participatie in natuur, landschap en groen te bevorderen dan de andere leefstijlgroepen, Limburgers met een blauwe leefstijl hebben er het vaakst wel eens van gehoord.



Figuur 5.1. Verdeling van antwoorden van burgers op de vraag "Wist u dat de provincie burgers en bedrijven uitnodigt om meer verantwoordelijkheid te nemen voor natuur, landschap en groen?"

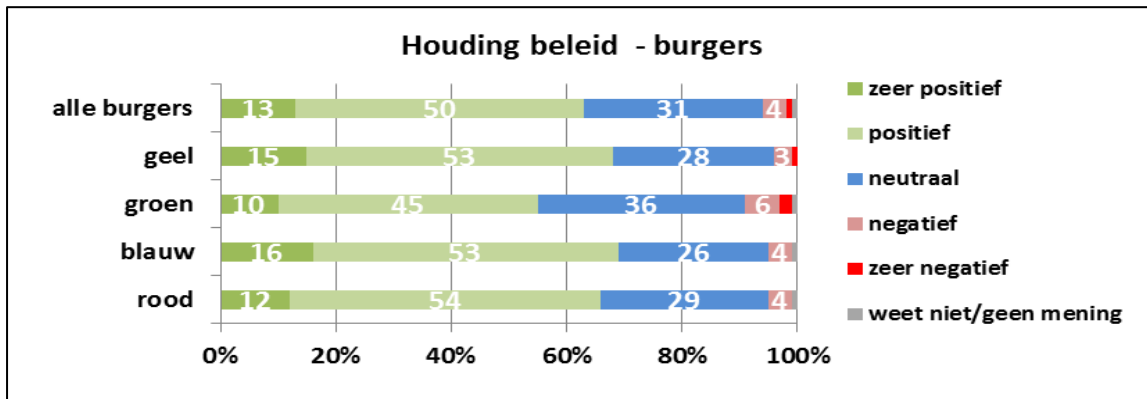
Bedrijven in Limburg zijn nog vaker dan burgers niet bekend met het beleid van de provincie om burgers en bedrijven te stimuleren om meer verantwoordelijkheid te nemen voor natuur, landschap en groen (figuur 5.2). Bedrijven in de sector industrie zijn het vaakst niet bekend met het beleid van de provincie, bedrijven in de sector dienstverlening geven het minst vaak aan dat ze er niet bekend mee zijn. In de sector landbouw bevinden zich relatief veel bedrijven die zeggen goed op de hoogte te zijn van het beleid van de provincie om participatie in natuur, landschap en groen te bevorderen.



Figuur 5.2. Verdeling van antwoorden van bedrijven op de vraag "Wist u dat de provincie burgers en bedrijven uitnodigt om meer verantwoordelijkheid te nemen voor natuur, landschap en groen?"

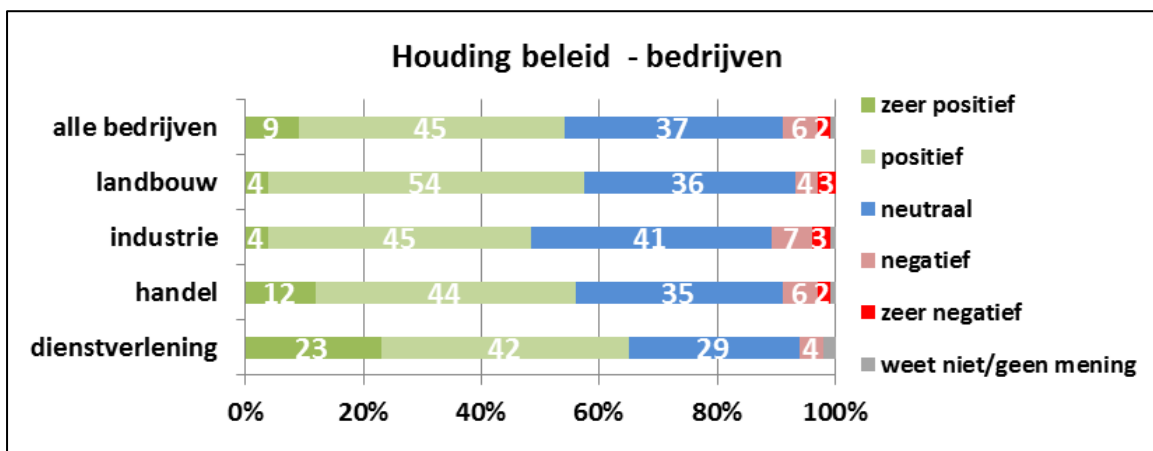
## 5.2 Houding tegenover participatie

Een ruime meerderheid van de Limburgers (63%) staat positief of zeer positief tegenover het idee om burgers en bedrijven meer verantwoordelijkheid te laten nemen voor natuur, landschap en groen (figuur 5.3). Een kleine minderheid van 5% denkt hier negatief of zeer negatief over. Limburgers met een groene leefstijl staan het minst vaak (55%) positief of zeer positief tegenover het idee om burgers en bedrijven meer verantwoordelijkheid te laten nemen.



Figuur 5.3. Verdeling van antwoorden van burgers op de vraag “Hoe staat u in het algemeen tegenover het idee om burgers en bedrijven meer verantwoordelijkheid te laten nemen voor natuur, landschap en groen?”

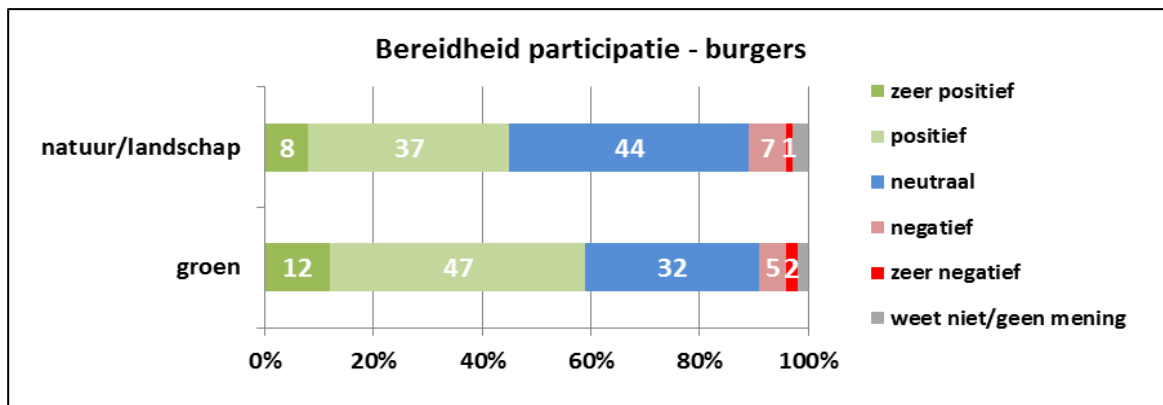
De houding van bedrijven is iets minder positief dan die van burgers. Toch staat nog steeds meer dan de helft van de bedrijven in Limburg (54%) positief of zeer positief tegenover het idee om burgers en bedrijven meer verantwoordelijkheid te laten nemen voor natuur, landschap en groen (figuur 5.4). Een kleine minderheid van 8% denkt hier negatief of zeer negatief over. Bedrijven in de sector dienstverlening staan het vaakst positief of zeer positief (65%) tegenover het idee om burgers en bedrijven meer verantwoordelijkheid te laten nemen. Bedrijven in de sector industrie staan het minst vaak positief of zeer positief (49%) tegenover dit idee.



Figuur 5.4. Verdeling van antwoorden van bedrijven op de vraag “Hoe staat u in het algemeen tegenover het idee om burgers en bedrijven meer verantwoordelijkheid te laten nemen voor natuur, landschap en groen?”

### 5.3 Bereidheid om zelf meer verantwoordelijkheid te nemen

Burgers staan in meerderheid (gemiddeld 52%) positief tegenover het nemen van eigen verantwoordelijkheid voor natuur, landschap en groen in de eigen omgeving (figuur 5.5). De bereidheid om verantwoordelijkheid te nemen voor groen in de buurt (59% positief of zeer positief) is groter dan de bereidheid om verantwoordelijkheid te nemen voor natuur en landschap in de bredere omgeving van de woonplaats (45% positief of zeer positief). Slechts een kleine minderheid (8% of minder) is niet bereid om zelf verantwoordelijkheid te nemen voor natuur, groen en landschap.



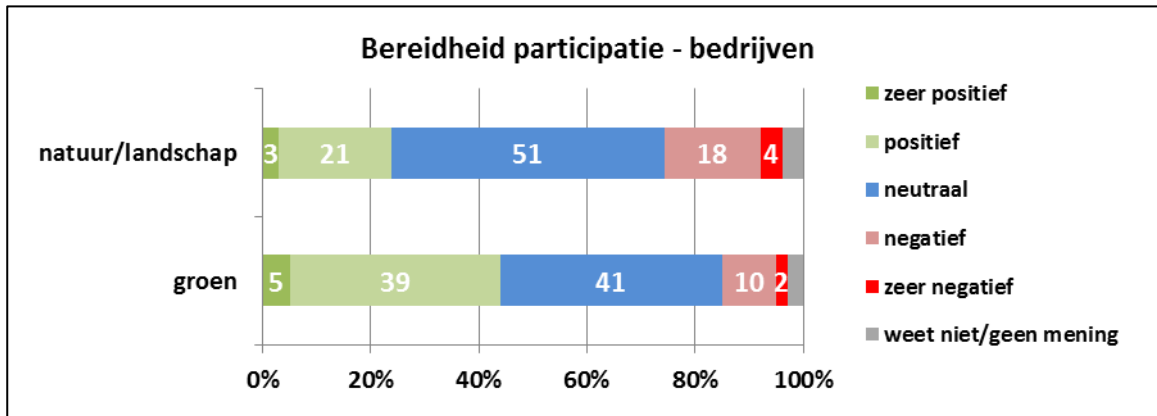
Figuur 5.5. Verdeling van antwoorden van burgers op de vraag “Hoe staat u tegenover het idee om zelf als burger meer verantwoordelijkheid te laten nemen voor natuur, landschap en groen?”

Burgers met een gele en rode leefstijl staan het meest positief tegenover het zelf nemen van verantwoordelijkheid voor natuur, landschap en groen, burgers met een groene leefstijl staan hier het minst positief tegenover (tabel 5.1).

Tabel 5.1. Participatiebereidheid van burgers uitgesplitst naar leefstijl.

	Geel	Groen	Blauw	Rood
<b>Natuur en landschap</b>				
zeer positief	11%	5%	7%	13%
positief	37%	35%	38%	40%
neutraal	41%	47%	44%	38%
negatief	8%	7%	7%	7%
zeer negatief	1%	2%	1%	1%
<b>Groen</b>				
zeer positief	15%	8%	15%	14%
positief	51%	42%	47%	51%
neutraal	26%	40%	28%	29%
negatief	4%	5%	6%	4%
zeer negatief	1%	3%	1%	1%

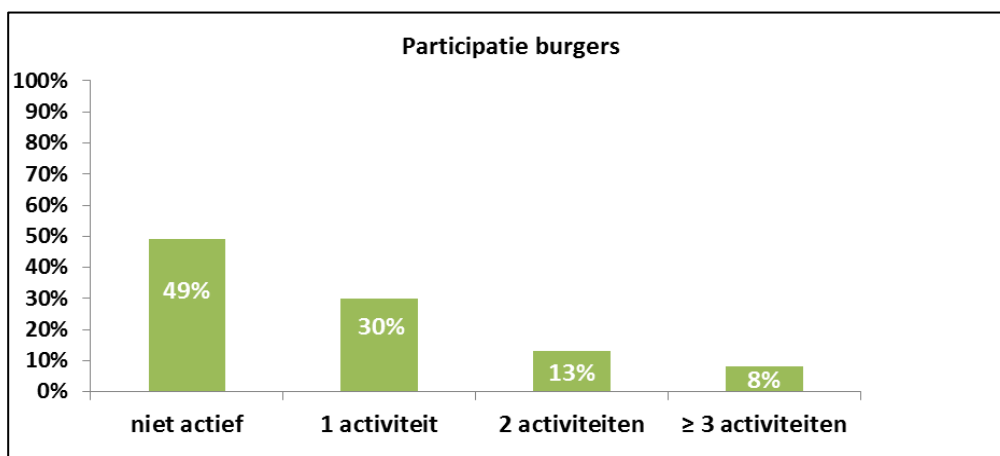
Bedrijven zijn minder enthousiast dan burgers om zelf verantwoordelijkheid te nemen voor natuur, landschap en groen, gemiddeld staat 34% hier positief tot zeer positief tegenover (figuur 5.6). Toch is een meerderheid (gemiddeld 80%) positief of neutraal. De bereidheid om verantwoordelijkheid te nemen voor groen (44% positief of zeer positief) is ook bij bedrijven groter dan de bereidheid om verantwoordelijkheid te nemen voor natuur en landschap in de bredere omtrek (24% positief of zeer positief). Er zijn geen significante verschillen tussen sectoren.



Figuur 5.6. Verdeling van antwoorden van bedrijven op de vraag "Hoe staat u tegenover het idee om zelf als bedrijf meer verantwoordelijkheid te nemen voor natuur, landschap en groen?"

#### 5.4 Participatie in activiteiten - burgers

Limburgers hebben voor zeven verschillende groene activiteiten aangegeven hoe groot de kans is dat ze hieraan mee zouden werken. Net iets meer dan de helft van de burgers in Limburg (51%) geeft aan dat ze nu al meedoen aan één of meer van deze zeven activiteiten (figuur 5.7). Dit percentage is ongeveer gelijk aan het percentage burgers dat aangeeft positief te staan tegenover het nemen van eigen verantwoordelijkheid voor natuur, landschap en groen (52%, zie figuur 5.5). Een op de drie burgers doet één activiteit, één op de acht doet twee activiteiten, en één op de twaalf doet zelfs drie activiteiten of meer. Van de burgers die niet actief zijn geeft 25% voor één of meer activiteiten aan dat er een grote kans is dat hij of zij er aan gaat meewerken. Ongeveer één op de acht Limburgers is dus nu nog niet actief, maar is wel bereid om het te worden. De lijst van zeven activiteiten is uiteraard niet volledig, deze cijfers geven een conservatieve schatting van het percentage burgers dat zich actief inzet voor natuur, landschap en groen, en moeten dus worden gezien als minimale percentages.



Figuur 5.7. Participatie van burgers in zeven groene activiteiten.

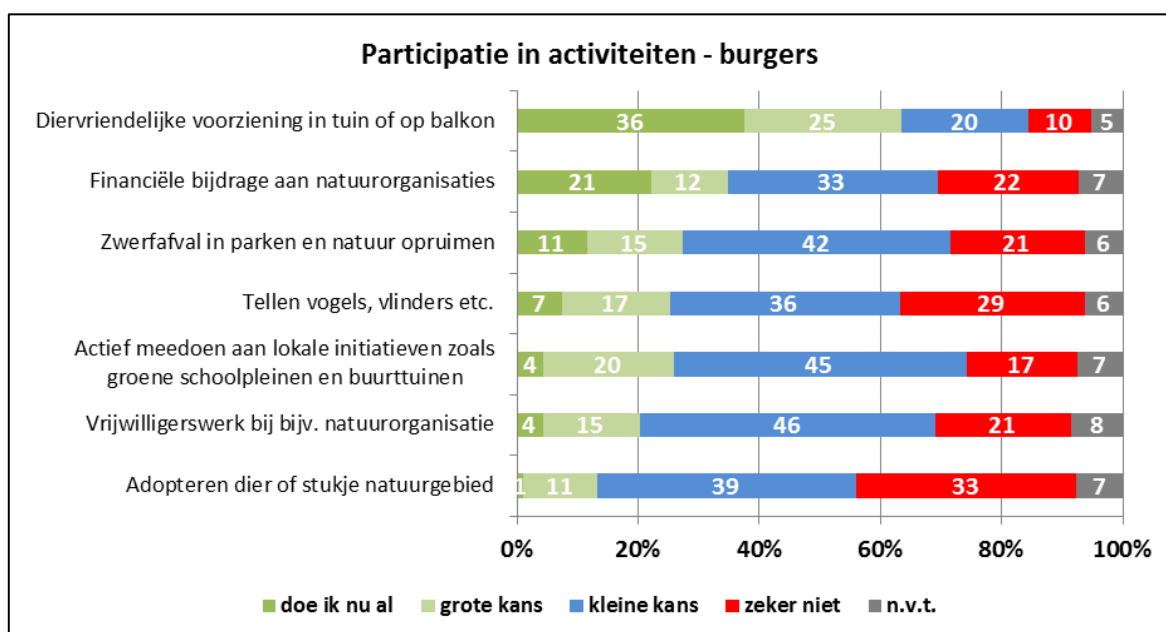
Burgers met een groene en rode leefstijl zijn vaker niet actief dan burgers met een gele of blauwe leefstijl (tabel 5.2). Burgers met een rode leefstijl doen echter ook vaker dan de andere drie groepen mee aan drie of meer activiteiten. Er zijn geen verschillen tussen leefstijlgroepen in het percentage niet actieve, maar bereidwillige burgers.

Tabel 5.2. Participatie van burgers uitgesplitst naar leefstijl.

	Geel	Groen	Blauw	Rood
niet actief	46%	52%	44%	53%
1 activiteit	32%	32%	35%	21%
2 activiteiten	15%	10%	15%	16%
≥ 3 activiteiten	8%	7%	6%	11%

Figuur 5.8 geeft een overzicht van de participatie van burgers in de zeven activiteiten. Activiteiten die weinig tijd en moeite kosten zoals het realiseren van een diervriendelijke voorziening worden vaker nu al door burgers in Limburg beoefend dan sociale activiteiten die een hoge mate van inzet vergen zoals vrijwilligerswerk. Een uitzondering hierop is het adopteren van een dier of stukje natuurgebied. Ondanks het laagdrempelige karakter van deze activiteit doet slechts 1% van de burgers hier aan mee, en de meeste Limburgers achten de kans dat ze dit gaan doen ook klein of afwezig.

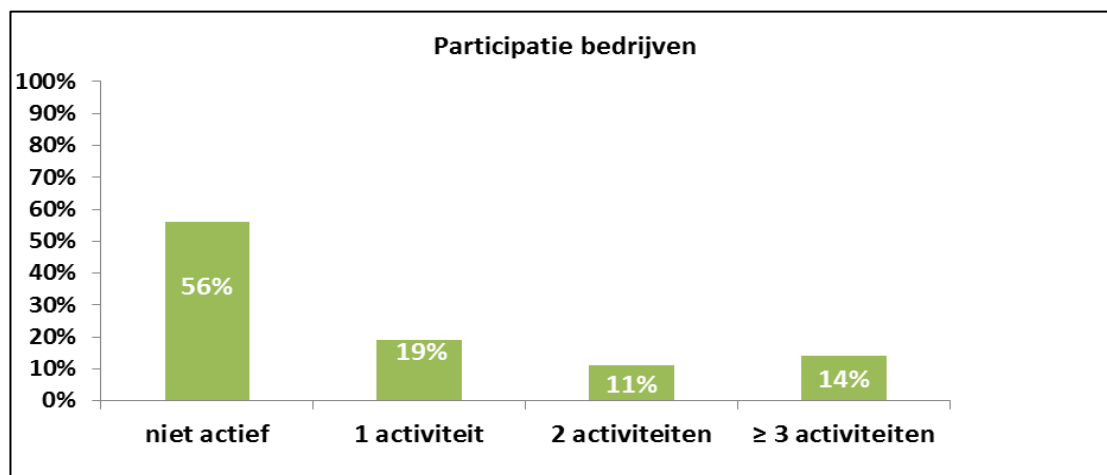
Opvallend is de relatief grote bereidheid om mee te doen aan actieve, sociale activiteiten. Eén op de vijf Limburgers geeft aan dat er een grote kans is dat hij of zij actief mee gaat doen aan lokale initiatieven zoals groene schoolpleinen, natuurspeelplaatsen, voedselbossen en buurttuinen. Eén op de zeven burgers geeft aan dat er een grote kans is dat hij of zij vrijwilligerswerk gaat doen bij een natuurorganisatie. Bij deze activiteiten is er dus een vrij groot en nog niet benut potentieel van bereidwillige burgers die actief zouden willen worden. Het animo van Limburgers om actief te worden is het minst groot voor het tellen van vogels en andere diersoorten en het adopteren van een dier of stukje natuurgebied. Drie op de tien zegt dat ze dit zeker niet zouden willen doen.



Figuur 5.8. Verdeling van antwoorden van burgers op de vraag "Kunt u voor elk van onderstaande activiteiten aangeven hoe groot de kans is dat u hieraan mee zou werken?"

## 5.5 Participatie in activiteiten - bedrijven

Bedrijven in Limburg hebben voor acht verschillende groene bedrijfsactiviteiten aangegeven hoe groot de kans is dat ze hieraan mee zouden werken. Minder dan de helft van de bedrijven (44%) geeft aan dat ze nu al meedoen aan één of meer activiteiten (figuur 5.9). Een op de vijf bedrijven doet één activiteit, één op de tien doet twee activiteiten en één op de zeven doet drie activiteiten of meer. Van de bedrijven die niet actief zijn geeft 26% voor één of meer activiteiten aan dat er een grote kans is dat hij of zij er aan gaat meewerken. Ongeveer één op de zeven bedrijven is dus nu nog niet actief, maar is wel bereid om het te worden. Ook voor bedrijven geldt dat deze cijfers moeten worden geïnterpreteerd als minimale percentages, omdat de lijst van acht activiteiten niet volledig is.



Figuur 5.9. Participatie van bedrijven in acht groene bedrijfsactiviteiten

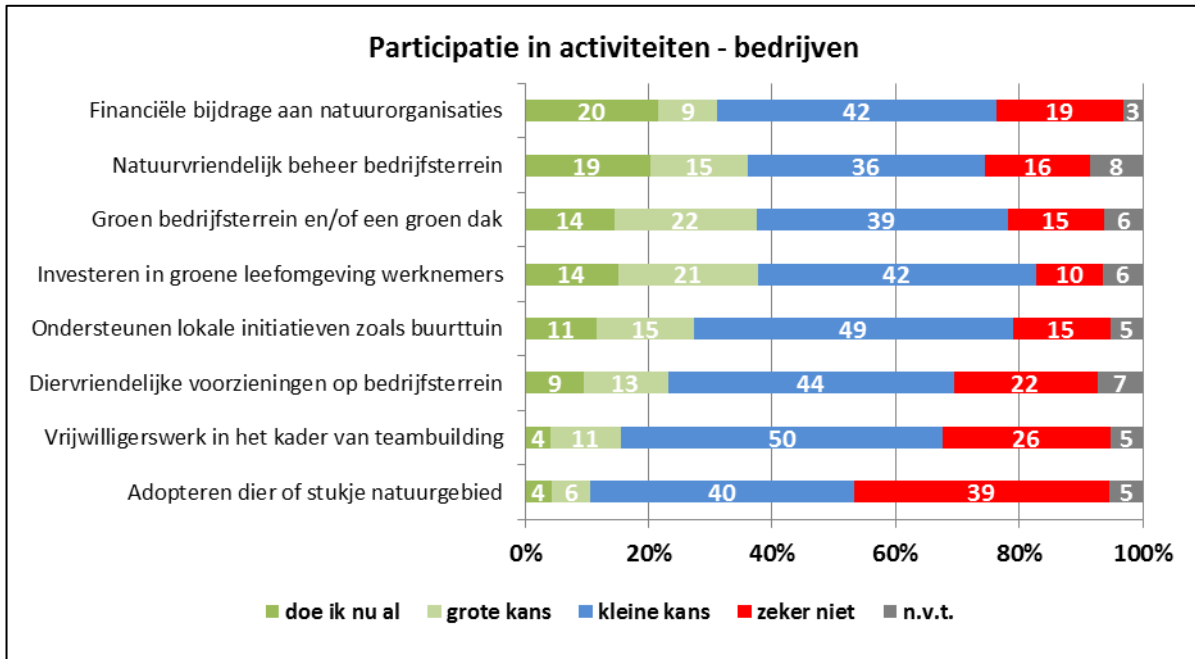
Bedrijven in de sectoren dienstverlening en landbouw zijn vaker actief dan bedrijven in de sectoren industrie en handel. Bedrijven in de sector landbouw zijn het vaakst actief (tabel 5.3). Er zijn geen verschillen tussen de sectoren in het percentage niet actieve, maar bereidwillige bedrijven.

Tabel 5.3. Participatie van bedrijven uitgesplitst naar sector.

	Landbouw	Industrie	Handel	Dienstverlening
niet actief	18%	66%	63%	37%
1 activiteit	25%	18%	17%	15%
2 activiteiten	25%	9%	7%	15%
≥ 3 activiteiten	32%	7%	13%	33%

Figuur 5.10 geeft een overzicht van de participatie van bedrijven in de acht activiteiten. Net als burgers geven veel bedrijven nu al een financiële bijdrage aan natuurorganisaties, en zijn er maar weinig bedrijven die vrijwilligerswerk doen of een dier of een stukje natuurgebied hebben geadopteerd, of zouden willen adopteren. Anders dan burgers treffen maar weinig bedrijven diervriendelijke voorzieningen op hun bedrijfsterrein.

Eén op de vijf bedrijven doet aan natuurvriendelijk beheer van het bedrijfsterrein, en ook maatregelen zoals het investeren in een groen bedrijfsterrein, groen dak en groene leefomgeving voor werknemers worden relatief vaak toegepast door bedrijven. Het grootste potentieel voor participatie ligt in het investeren in een groen bedrijfsterrein en een groene leefomgeving voor werknemers. Ruim één op de vijf bedrijven geeft aan dat er een grote kans is dat ze hieraan zouden mee werken, maar slechts één op de zeven past deze maatregelen op dit moment al toe.



Figuur 5.10. Verdeling van antwoorden van burgers op de vraag “Kunt u voor elk van onderstaande activiteiten aangeven hoe groot de kans is dat u hieraan mee zou werken?”

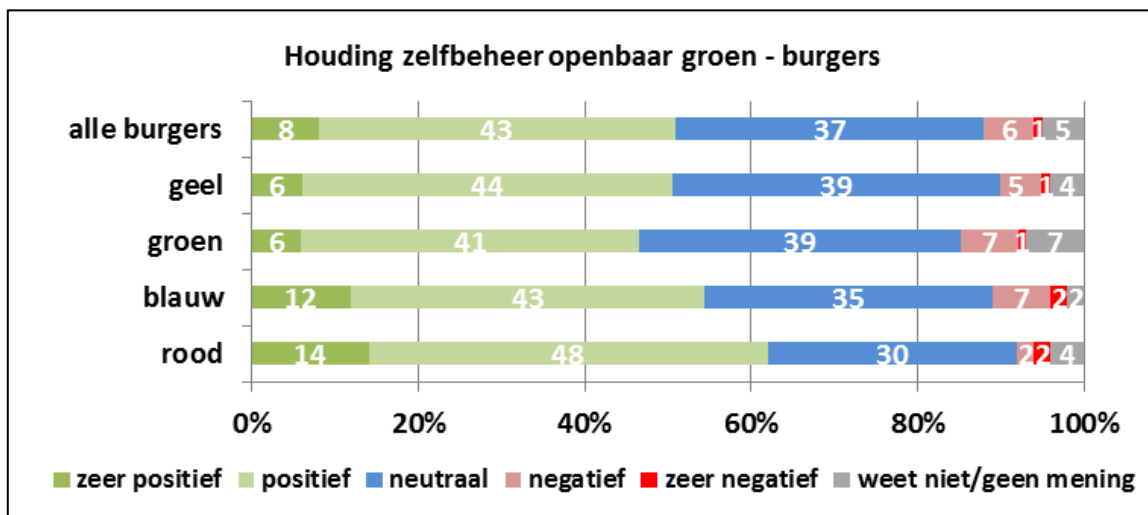
## 5.6 Specifieke vormen van participatie

Voor twee specifieke, meer actieve vormen van participatie die nog niet algemeen bekend zijn en wat meer toelichting behoeven, zijn aanvullende vragen gesteld: zelfbeheer openbaar groen (alleen burgers) en vrijwillige natuurcompensatie.

### Zelfbeheer openbaar groen

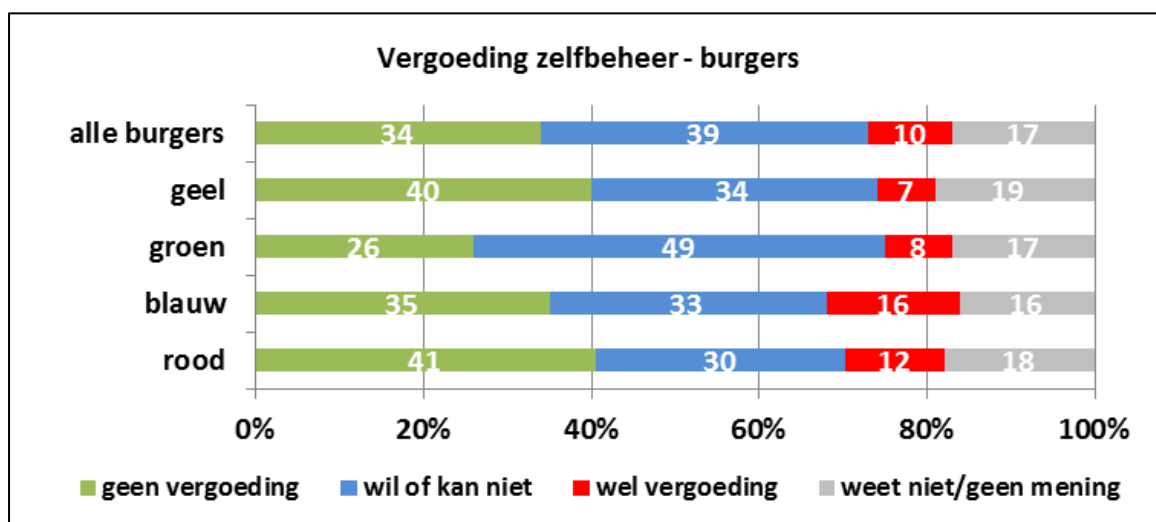
Zelfbeheer biedt bewoners de mogelijkheid om zeggenschap te krijgen over de inrichting en het onderhoud van het groen in hun buurt. Bewoners kunnen de inrichting en het onderhoud van bijvoorbeeld een plantsoen of een berm op een afgesproken niveau zelf uitvoeren, of laten uitvoeren.

Meer dan de helft van de Limburgers staat positief of zeer positief tegenover het idee om bewoners zeggenschap te geven over het groen in hun buurt (figuur 5.11). Een kleine minderheid van 7% staat hier negatief of zeer negatief tegenover. Limburgers met een rode en blauwe leefstijl staan het meest positief tegenover zelfbeheer van openbaar groen.



Figuur 5.11. Verdeling van antwoorden van burgers op de vraag “Hoe staat u in het algemeen tegenover dit idee (van zelfbeheer van openbaar van groen)?”

Aan burgers is ook gevraagd of ze een vergoeding zouden willen voor het zelf beheren van openbaar groen. Ze konden daarbij kiezen uit drie mogelijkheden: ‘Ik hoef geen vergoeding, ik lever graag vrijwillig een bijdrage aan het openbaar groen in mijn buurt’; ‘Ik wil of kan geen bijdrage leveren aan openbaar groen, ook niet tegen betaling’; of ‘Ik zou een vergoeding willen voor mijn bijdrage aan het openbaar groen, ook als er daardoor minder budget is voor het onderhoud van mijn buurt’.



Figuur 5.12. Verdeling van antwoorden van burgers op de vraag “Hoe staat u in het algemeen tegenover dit idee (van zelfbeheer van openbaar van groen)?”

Slechts één op de tien Limburgers zou een vergoeding willen voor het zelf beheren van openbaar groen, ook als er daardoor minder budget is voor het onderhoud van de buurt (figuur 5.12). Ongeveer een derde hoeft geen vergoeding, en levert graag vrijwillig een bijdrage aan openbaar groen. De resterende groep (meer dan de helft) kan of wil geen bijdrage leveren aan openbaar groen, of weet het niet.

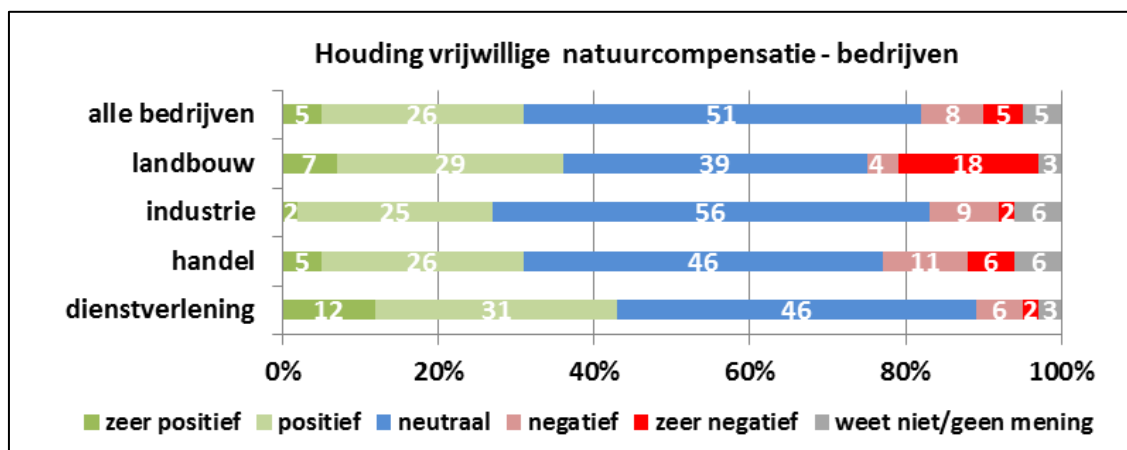


Limburgers met een gele of rode leefstijl zijn vaker bereid om zonder vergoeding een bijdrage te leveren aan openbaar groenbeheer. Limburgers met een groene leefstijl zijn vaker niet in staat om een bijdrage te leveren. En Limburgers met een blauwe leefstijl willen van alle leefstijlgroepen het vaakst een financiële vergoeding voor hun bijdrage aan openbaar groen.

### Vrijwillige natuurcompensatie - bedrijven

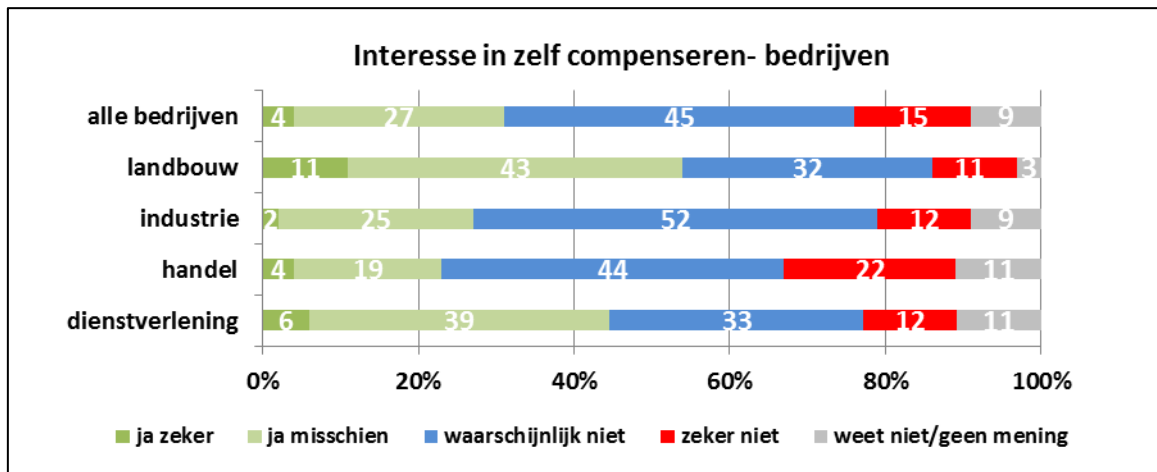
Vrijwillige natuurcompensatie biedt bedrijven de mogelijkheid om negatieve effecten op natuur in de omgeving te compenseren door mee te betalen aan de ontwikkeling van nieuwe natuur of natuurwaarden op een andere plek.

De houding van bedrijven tegenover vrijwillige natuurcompensatie is over het algemeen neutraal tot positief (figuur 5.13). Ongeveer één op de drie bedrijven staat positief of zeer positief tegenover vrijwillige natuurcompensatie, de helft is neutraal, en één op de acht bedrijven staat negatief of zeer negatief tegenover dit idee. Bedrijven in de sector dienstverlening staan het meest positief tegenover vrijwillige natuurcompensatie, bedrijven in de sector industrie zijn het minst positief. Bedrijven in de sector landbouw zijn enigszins verdeeld. In deze sector zijn er relatief veel bedrijven die positief staan tegenover vrijwillige natuurcompensatie, maar er zijn ook relatief veel bedrijven die negatief staan tegenover dit idee, één op de vijf bedrijven in de sector landbouw staat zelfs zeer negatief tegenover vrijwillige natuurcompensatie.



Figuur 5.13. Verdeling van antwoorden van bedrijven op de vraag "Hoe staat u in het algemeen tegenover dit idee van vrijwillige natuurcompensatie?"

Aan bedrijven is ook gevraagd of ze zelf geïnteresseerd zouden zijn in het adopteren of ontwikkelen van nieuwe natuur of natuurwaarden (figuur 5.14). De antwoorden op deze vraag sluiten goed aan bij de algemene houding van de bedrijven tegenover vrijwillige natuurcompensatie. Opvallend is wel dat bedrijven in de sector landbouw minder negatief staan tegenover het zelf adopteren of ontwikkelen van natuur dan tegenover het idee van vrijwillige natuurcompensatie in het algemeen.



*Figuur 5.14. Verdeling van antwoorden van bedrijven op de vraag “Zou u als bedrijf zelf geïnteresseerd zijn in het adopteren of ontwikkelen van nieuwe natuur of natuurwaarden om meer uitbreidingsmogelijkheden of ontwikkelruimte te krijgen, ook als u daartoe niet wettelijk verplicht bent?”*

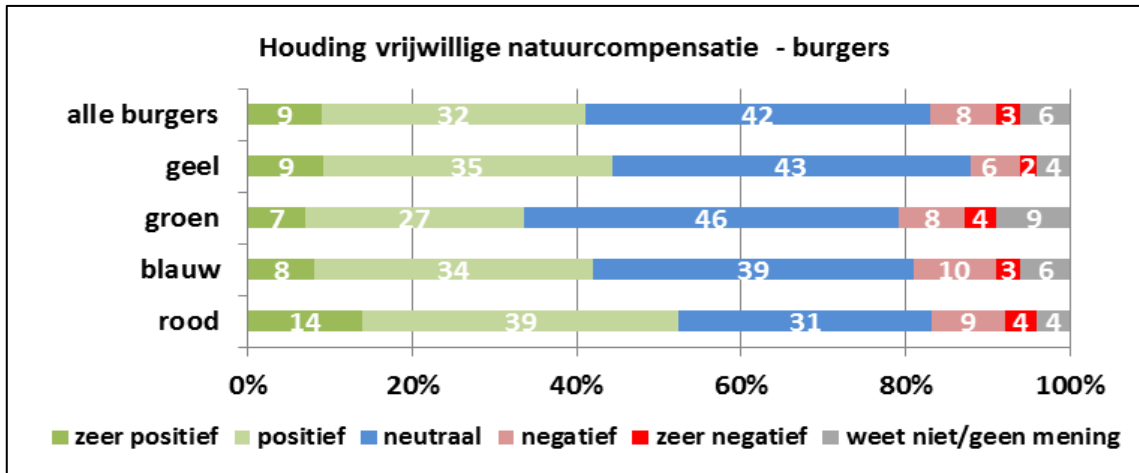
Bedrijven met een positieve of negatieve houding kregen bij de vragen over vrijwillige natuurcompensatie ook de mogelijkheid om hun antwoord toe te lichten.

Bedrijven met een positieve houding typeren vrijwillige natuurcompensatie vaak als een moderne, duurzame variant van het aloude principe “de vervuiler betaalt”, die goed past bij MVO. Diverse bedrijven merken op dat vrijwillige natuurcompensatie leidt tot een win-win situatie. Eén respondent zegt bijvoorbeeld: *“Door compensatie blijft de industrie behouden en de natuur op een andere plaats versterkt. Globaal gezien is dit een win-win situatie.”* Een andere merkt op: *“Als dat betekent dat uitbreiding dan mogelijk wordt is dat een mes dat aan twee kanten snijdt!”* Veel genoemde voordelen zijn het vrijwillige karakter en de flexibiliteit. Eén respondent merkt bijvoorbeeld op: *“Dit zou voor ons bedrijf meer flexibiliteit betekenen en daardoor meer mogelijkheden bieden voor de toekomst van ons bedrijf.”* Een ander waarschuwt wel dat er een *“risico (is) dat 'vrijwillig' op termijn 'verplicht' wordt. Extra bureaucratische regelgeving komt snelheid en efficiëntie van plannen en investeren niet ten goede.”*

Bedrijven met een negatieve houding typeren vrijwillige natuurcompensatie vaak als een “vrijbrief voor vervuiling”. Eén respondent merkt bijvoorbeeld op: *“Het idee om negatieve invloed te kunnen afkopen staat me in principe tegen.”* Een ander merkt op *“Beter is investeren in het terugdringen van de vervuilende kenmerken van het bedrijf en daarin investeren. Compensatie leidt tot gemak en op lange duur niet tot verbetering”.* Een veel genoemd bezwaar is dat natuurcompensatie geen taak is van bedrijven, maar van de overheid, en uit belastinggeld betaald zou moeten worden. Eén respondent zegt bijvoorbeeld: *“Bedrijven die winst maken betalen belasting en via deze weg kan natuurcompensatie gerealiseerd worden.”* Een ander zegt: *“Niet alleen bedrijven verantwoordelijk houden, is een gedeelde verantwoordelijkheid van iedereen.”* Er worden ook twijfels geuit over de effectiviteit van vrijwillige natuurcompensatie. Eén respondent merkt op: *“Geloof niet in het verhandelen van natuurwaarden en het borgen van goede compensatie. Geloof ook niet in terugtrekkende beweging van de overheid in regierol over natuurbeleid.”*

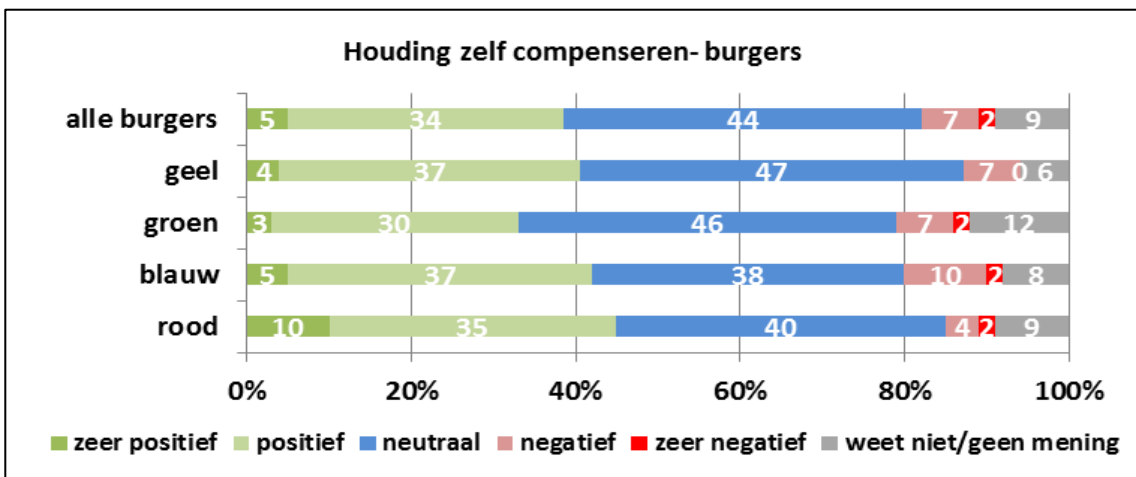
### Vrijwillige natuurcompensatie - burgers

Burgers staan over het algemeen iets vaker positief of zeer positief (41%) tegenover vrijwillige natuurcompensatie dan bedrijven (31%) (figuur 5.15). Dit geldt met name voor de groep met een rode leefstijl (53% positief of zeer positief), burgers met een groene leefstijl staan het minst positief tegenover dit idee (34% positief of zeer positief).



Figuur 5.15. Verdeling van antwoorden van burgers op de vraag "Hoe staat u in het algemeen tegenover dit idee van vrijwillige natuurcompensatie?"

Ongeveer één op de vier Limburgers staat ook positief of zeer positief tegenover het idee om zelf te handelen in de geest van vrijwillige natuurcompensatie (figuur 5.16). Dit geldt ook met name voor burgers met een rode leefstijl, burgers met een groene leefstijl staan het minst positief tegenover het zelf compenseren van negatieve effecten op natuur.



Figuur 5.16. Verdeling van antwoorden van burgers op de vraag "Hoe staat u er tegenover om ook als burger in de geest van vrijwillige natuurcompensatie te handelen?"

## 6. Kansen en belemmeringen voor participatie

Wat stimuleert burgers en bedrijven in Limburg om zich in te zetten voor natuur, landschap en groen? Waardoor worden ze belemmerd? En wat kan de provincie doen om initiatieven van burgers en bedrijven tot een succes te maken? De belangrijkste bevindingen:

- ✓ Voor zowel burgers als bedrijven vormen ideële motieven om natuur te bewaren voor kinderen en toekomstige generaties de belangrijkste redenen om zich in te zetten voor natuur, landschap en groen. Iets meer dan de helft van de burgers vindt het ook belangrijk dat de buurt er netjes uit ziet, burgers met een rode leefstijl vinden dit echter minder belangrijk. Ongeveer een derde van de bedrijven ziet natuurparticipatie als een kans om het imago van het bedrijf en de klantenbinding te versterken, dit geldt nog sterker voor bedrijven in de sector landbouw.
- ✓ Gebrek aan tijd, geld, en informatie vormen de belangrijkste belemmeringen voor burgers en bedrijven om te participeren in natuur, landschap en groen. Voor burgers, met name de groepen met een gele of groene leefstijl, zijn lichamelijke beperkingen ook een belangrijke beperkende factor. Eén op de vijf burgers, en een kwart van de bedrijven, is ook meer principieel van mening dat de beheer van natuur, landschap en groen een taak is voor de overheid, niet voor burgers en bedrijven. In de sector landbouw vindt echter maar 7% van de bedrijven dat natuurbeheer een taak van de overheid is.
- ✓ Meer dan de helft van de burgers en bedrijven hebben behoefte aan meer informatie, budget en vermindering van bureaucratie vanuit de provincie. Budget is belangrijker voor bedrijven dan voor burgers. Er is niet veel behoefte aan juridische en organisatorische ondersteuning en het organiseren van wedstrijden. Burgers stellen prijs op een coördinerende, faciliterende rol van de provincie, bedrijven zien graag dat de provincie meer het voortouw neemt.

## 6.1 Motieven voor participatie - burgers

Burgers kregen elf motieven voor participatie in natuur, landschap en groen voorgelegd, waarvan ze er maximaal vijf mochten aankruisen (tabel 6.1). Er was ook de mogelijkheid om aanvullende redenen te noemen.

Tabel 6.1. Motieven van burgers voor participatie (% aangekruist).

	Alle burgers	Geel	Groen	Blauw	Rood
Omdat de natuur bewaard moet blijven voor toekomstige generaties.	67%	69%	66%	62%	71%
Omdat het belangrijk is dat kinderen kunnen opgroeien met voldoende natuur en groen.	63%	71%	63%	56%	59%
Omdat ik het belangrijk vind dat mijn buurt er netjes uit ziet.	55%	60%	55%	58%	46%
Omdat dieren en planten het recht hebben op leven, net als mensen.	48%	51%	48%	44%	49%
Omdat het goed is voor mijn gezondheid.	31%	23%	36%	30%	32%
Omdat het de plicht is van burgers om een steentje bij te dragen aan de natuur.	28%	34%	24%	29%	29%
Omdat het een gelegenheid is om andere mensen te ontmoeten en meer contact te krijgen met buurtbewoners.	23%	25%	19%	21%	31%
Omdat het een leuke activiteit is waar je een goed gevoel van krijgt.	20%	21%	19%	20%	23%
Omdat ik graag nieuwe dingen wil leren.	4%	5%	1%	2%	11%
Omdat ik dan waardering krijg van andere mensen.	2%	1%	6%	2%	2%
Anders, namelijk...	2%	3%	3%	3%	1%

Ideële motieven (natuur bewaren voor toekomstige generaties, kinderen moeten kunnen opgroeien met natuur, planten en dieren hebben recht op leven) worden door burgers het vaakst aangekruist, samen met het motief dat het belangrijk is dat de buurt er netjes uit ziet. Gezondheid, verplichting en sociale motieven zijn voor ongeveer een kwart tot een derde van de burgers belangrijke motieven om zich in te zetten voor natuur, landschap en groen. Weinig burgers worden gestimuleerd door de motieven 'nieuwe dingen leren' en 'waardering krijgen van anderen'.

De rangorde van motieven is over het algemeen vergelijkbaar voor de vier leefstijlgroepen, maar er zijn wel enkele verschillen. De gele groep hecht meer belang aan het motief dat kinderen moeten kunnen opgroeien met voldoende groen, en vindt vaker dat het een plicht van burgers is om bij te dragen. De gele groep vindt gezondheid minder belangrijk. De groene groep vindt gezondheid juist wel een belangrijk motief, en vindt het ook iets vaker dan de andere groepen belangrijk om waardering te krijgen van andere mensen. De blauwe groep hecht minder belang aan ideële motieven zoals de opvatting dat dieren en planten ook recht hebben op leven. De rode groep vindt vaker dan de andere leefstijlgroepen dat natuur bewaard moet worden voor toekomstige generaties, en hecht ook veel belang aan het feit dat participatie in natuur de mogelijkheid biedt om andere mensen te ontmoeten en contact te leggen met buurtbewoners. Burgers met een rode leefstijl willen ook iets vaker nieuwe dingen leren, maar vinden het minder belangrijk dat hun buurt er netjes uit ziet.

De optie 'anders' is door slechts 2% van de burgers aangekruist. Dit bevestigt dat de geselecteerde motieven een goede weergave zijn van de redenen die mensen zoal kunnen hebben om te participeren in natuur, landschap en groen. Er worden enkele aanvullende ideële motieven genoemd die door één respondent worden aangeduid als "maatschappelijk besef". Hierbij gaat het bijvoorbeeld om het besef dat "de mens op de lange termijn alleen maar kan overleven 'samen met de natuur'", en het besef dat "we het belang van de aarde/natuur dreigen te vergeten". Eén respondent vindt het ook belangrijk dat "het economisch belang NIET nog meer de boventoon gaat voeren!". Diverse respondenten noemen ook financiële en economische motieven, één respondent merkt bijvoorbeeld op "het levert geld/besparingen op", een ander zegt "tuinen en permacultuur zorgen voor economische onafhankelijkheid". Eén respondent noemt als aanvullend gezondheidsmotief "actief bezig zijn/doel hebben" genoemd. Tot slot merkt één respondent op dat burgers wel in actie moeten komen, "omdat de gemeente het gewoon laat afweten".

## 6.2 Motieven voor participatie - bedrijven

Bedrijven kregen negen motieven voor participatie in natuur, landschap en groen voorgelegd, waarvan ze er maximaal vijf mochten aankruisen (tabel 6.2). Er was ook de mogelijkheid om aanvullende redenen te noemen.

Tabel 6.2. Motieven van bedrijven voor participatie (% aangekruist).

	Alle	Land bouw	Industrie	Handel	Dienst verlening
Omdat de natuur bewaard moet blijven voor toekomstige generaties.	66%	57%	58%	61%	73%
Omdat het belangrijk is dat kinderen kunnen opgroeien met voldoende natuur en groen.	60%	54%	57%	56%	75%
Omdat het goed is voor het imago en de naamsbekendheid van mijn bedrijf.	38%	64%	33%	40%	33%
Omdat het zorgt voor een betere verbinding met de buurt en de lokale gemeenschap.	32%	39%	29%	35%	33%
Omdat klanten het waarderen en mijn bedrijf daardoor meer omzet en winst kan draaien.	28%	50%	19%	30%	42%
Omdat het de plicht is van bedrijven om een steentje bij te dragen aan de natuur.	27%	18%	27%	29%	39%
Omdat dieren en planten het recht hebben op leven, net als mensen.	25%	18%	23%	28%	27%
Omdat het een leuke sociale activiteit is die de sfeer en saamhorigheid in het bedrijf vergroot.	19%	18%	15%	20%	29%
Anders, namelijk...	2%	7%	1%	5%	0%

Voor bedrijven vormen ideële motieven om natuur te bewaren voor toekomstige generaties en kinderen ook de meest belangrijke redenen om zich in te zetten voor natuur, landschap en groen, 60% of meer heeft deze motieven aangekruist. Het principe dat 'dieren en planten ook recht hebben op leven' is voor bedrijven echter minder belangrijk dan voor burgers, slechts een kwart van de bedrijven heeft dit aangekruist. Meer zakelijke motieven zoals verbetering van het imago en naamsbekendheid van het bedrijf, waardering van klanten en verhogen winst en omzet worden door ongeveer een kwart tot een derde van de bedrijven aangekruist. Het sociale motief, 'betere verbinding met de buurt en lokale gemeenschap' is ook belangrijk, maar 'verbeteren sfeer en

saamhorigheid in het bedrijf' wordt niet zo belangrijk gevonden, slechts één op de vijf bedrijven heeft dit aangekruist.

De vier sectoren verschillen in hun motieven om te participeren in natuur, landschap en groen. Bedrijven in de sector landbouw hechten meer belang aan motieven die te maken hebben met het imago van het bedrijf en de waardering van klanten. Bedrijven in de sector industrie vinden de waardering van klanten en verbinding met de lokale gemeenschap juist minder belangrijk. Bedrijven in de sector dienstverlening vinden het vaker dan de andere drie sectoren belangrijk om de natuur te bewaren voor kinderen en toekomstige generaties, en vinden het ook vaker hun plicht om een steentje bij te dragen aan natuur.

De optie 'anders' is door slechts 2% van de bedrijven aangekruist. Dit bevestigt dat de geselecteerde motieven een goede weergave zijn van de redenen die bedrijven zoal kunnen hebben om te participeren in natuur, landschap en groen. Als aanvullende ideële motieven worden genoemd: "om mens en natuur dichter bij elkaar te brengen" en "zorgen dat we over enkele jaren ook nog mogen genieten van de mooie specifieke regio-natuur-producten". Diverse bedrijven zien het als hun plicht om "de natuur goed te onderhouden en behouden", "het bedrijf in te passen in de landschappelijke omgeving", en "de leefbaarheid in woonwijken te verbeteren". In het kader van gezondheid wordt als aanvullend motief genoemd: "Omdat natuur rust met zich meebrengt. Deze rust is goed voor de mens en daarmee voor het bedrijfsleven". Eén respondent merkt op dat "medewerkers dit positief waarderen (hier komen de waardes terug zoals goed voor mens en dier en volgende generaties)".

### 6.3 Belemmeringen voor participatie - burgers

Burgers kregen acht mogelijke belemmeringen voor participatie in natuur, landschap en groen voorgelegd (tabel 6.3). Er was ook de mogelijkheid om aanvullende belemmeringen te noemen.

Tabel 6.3. Belemmeringen van burgers voor participatie (% aangekruist).

	Alle burgers	Geel	Groen	Blauw	Rood
Gebrek aan tijd.	37%	36%	28%	47%	51%
Ik ben er lichamelijk niet toe in staat.	35%	40%	40%	24%	25%
Gebrek aan geld/middelen.	21%	19%	22%	23%	20%
Gebrek aan kennis en informatie over wat er mogelijk is.	21%	20%	20%	24%	19%
Dit is een taak voor de overheid, niet voor bedrijven en burgers.	18%	13%	23%	20%	19%
Ik heb niet het gevoel dat het wat oplevert.	8%	6%	10%	10%	5%
Geen prioriteit, zie er de noodzaak niet van in.	2%	0%	2%	3%	2%
Anders, namelijk...	4%	1%	3%	7%	1%

Burgers geven vooral praktische belemmeringen aan waarom ze zich niet willen of kunnen inzetten voor natuur, landschap en groen, zoals gebrek aan tijd en lichamelijke beperkingen. Ongeveer één op de vijf burgers noemt ook gebrek aan geld en kennis als belemmering. Het meer principiële bezwaar dat natuurbeheer een taak is voor de overheid, en niet voor bedrijven en burgers, wordt ook door één van de vijf burgers aangekruist. Andere principiële bezwaren (geen prioriteit, geen gevoel dat het wat oplevert) worden door maar weinig burgers belangrijk gevonden.

Burgers met een gele en groene leefstijl worden het vaakst belemmerd door lichamelijke beperkingen, burgers met een rode en blauwe leefstijl hebben het vaakst last van een gebrek aan tijd. Burgers met een gele leefstijl hebben minder principiële bezwaren dan de andere groepen, ze vinden natuurbeheer bijvoorbeeld minder vaak een taak van de overheid.

De optie 'anders' is door 3% van de burgers aangekruist. Diverse respondenten geven aan dat ze het al te druk hebben met hun eigen tuin en huis. Zoals één respondent het verwoordt: "Mijn eigen tuin en omgeving slokt mij helemaal op". Anderen benadrukken hun lichamelijke of psychische onvermogen om te participeren. Eén respondent zegt bijvoorbeeld: "Soms voel ik me angstig en dan kan ik niet naar buiten. Ze zouden niet vast op me kunnen rekenen". De derde, en grootste, groep vindt dat de verantwoordelijkheid voor natuurbeheer bij de gemeente/overheid ligt, en maakt zich zorgen dat betaald werk wordt overgenomen door vrijwilligers. Enkele opmerkingen: "Ik betaal voldoende gemeentebelasting", "Ik vind dat je dan het werk afneemt van mensen die anders moeilijk aan het werk komen", "Er wordt genoeg belasting ingehouden om dit uit te voeren", "Middel tot bezuiniging", en "Het inzetten van vrijwilligers en bedrijven betekent een lasten verlichting voor de lokale overheid. Het is voor mij belangrijk te weten waar het hiervoor gereserveerde gelden dan aan worden besteedt. Dat is voor mij een belangrijke reden wel of niet deel te nemen aan een dergelijk initiatief".

#### 6.4 Belemmeringen voor participatie - bedrijven

Bedrijven kregen dezelfde belemmeringen als burgers voorgelegd, met uitzondering van lichamelijke bezwaren (tabel 6.4). Er was ook de mogelijkheid om aanvullende belemmeringen te noemen.

Tabel 6.4. Belemmeringen van bedrijven voor participatie (% aangekruist).

	Alle	Land bouw	Industrie	Handel	Dienst verlening
Gebrek aan geld/middelen.	45%	32%	48%	48%	50%
Gebrek aan tijd.	37%	32%	38%	38%	33%
Dit is een taak voor de overheid, niet voor bedrijven en burgers.	30%	7%	32%	36%	25%
Gebrek aan kennis en informatie over wat mogelijk is.	25%	14%	26%	29%	23%
Geen prioriteit, zie er de noodzaak niet van in.	12%	11%	15%	13%	4%
Ik heb niet het gevoel dat het wat oplevert.	11%	7%	13%	14%	6%
Anders, namelijk...	7%	14%	3%	14%	6%

Bedrijven noemen in de eerste plaats gebrek aan geld/middelen als belangrijkste belemmering om zich in te zetten voor natuur, landschap en groen, andere praktische belemmeringen zoals gebrek aan tijd en gebrek aan kennis komen op respectievelijk de tweede en vierde plaats. Het meer principiële bezwaar dat natuurbeheer een taak voor de overheid is en niet voor bedrijven en burgers, wordt door iets minder dan een derde van de bedrijven aangekruist. Ongeveer één op de tien bedrijven ziet de noodzaak van participatie niet in, of heeft niet het gevoel dat het wat oplevert.

Bedrijven in de sector landbouw ervaren over het algemeen minder belemmeringen dan bedrijven in de andere drie sectoren. Ze vinden vooral minder vaak dat natuurbeheer een taak is van de



overheid, en hebben ook minder last van een gebrek aan kennis en informatie. Bedrijven in de sector dienstverlening hebben minder principiële bezwaren tegen participatie dan bedrijven in de sectoren industrie en handel.

De optie 'anders' is door 7% van de bedrijven aangekruist. Diverse bedrijven geven aan dat ze al genoeg doen, of zoals één bedrijf het uitdrukt: "Ben al erg goed bezig". Andere bedrijven benadrukken dat het onderwerp voor hun niet relevant is, één respondent zegt bijvoorbeeld "Past niet in de code of conduct", een ander zegt "Is geen relevant issue voor een MKB bedrijf met 15 mensen dat vooral een kantoor is en op een goede stadslocatie vlak bij het NS station zit". Er worden ook meer principiële bezwaren geuit. Zo zegt één respondent: "Ik wil primair het bedrijf runnen en niet de natuur". Een ander merkt op: "Bedrijven worden al op industrieterreinen geplaatst om zo de natuur te besparen". Weer een ander zegt: "Wij hebben een duidelijke taak en zijn hier heel druk mee. Massa's belastinggeld word reeds betaald waar U dit voor mij mee mag doen".

## 6.5 Ondersteunende rol provincie - burgers

Burgers kregen acht activiteiten en maatregelen voorgelegd waarmee de Provincie Limburg participatie in natuur, landschap en groen kan ondersteunen. Hiervan mochten er maximaal vijf worden aangekruist (tabel 6.5). Er was ook de mogelijkheid om aanvullingen te noemen.

Tabel 6.5. Wensen van burgers ten aanzien van ondersteuning door provincie (% aangekruist).

	Alle burgers	Geel	Groen	Blauw	Rood
Informatie verstrekken, laten zien wat mogelijkheden zijn	50%	53%	46%	54%	51%
Budget beschikbaar stellen voor goede plannen en zo initiatieven uitlokken	49%	47%	44%	55%	57%
Vermindering bureaucratie, versoepelen procedures	48%	40%	49%	55%	52%
Samen met bedrijven en burgers als gelijkwaardige partners initiatieven ontwikkelen	31%	30%	29%	31%	37%
Concrete arrangementen aanbieden	21%	22%	19%	25%	18%
Wedstrijden organiseren en prijzen uitreiken	16%	16%	13%	20%	22%
Juridische en organisatorische ondersteuning bieden	13%	6%	11%	21%	18%
Anders, namelijk...	3%	3%	3%	2%	2%

Burgers hebben het meest behoefte aan informatie, budget en vermindering van bureaucratie, deze opties worden door ongeveer de helft van de burgers aangekruist. Ongeveer een derde wil dat de provincie samen met bedrijven initiatieven ontwikkelt. Burgers hebben het minst behoefte aan concrete arrangementen, het organiseren van wedstrijden en juridische ondersteuning, deze opties worden door 10-20% van de burgers aangekruist.

Burgers met een rode en blauwe leefstijl hebben vaker behoefte aan budget en vermindering van bureaucratie dan burgers met een gele en rode leefstijl, en ze stellen ook meer prijs op juridische en organisatorische ondersteuning. Burgers met een groene leefstijl hebben over het algemeen weinig behoefte aan informatie en andere vormen van ondersteuning door de provincie.

Respondenten die de optie 'anders namelijk' hebben aangekruist benadrukken dat de provincie vooral een coördinerende en faciliterende rol moet spelen en aan moet sluiten bij bestaande

initiatieven. Eén respondent merkt bijvoorbeeld op: “Initiatieven die door burgers nu al worden aangedragen omarmen, oppakken en werk van maken”. Een ander zegt: “Grote lijnen uitzetten zodat geen wildgroei ontstaat, bijvoorbeeld planten waar bijen baat bij hebben”. Ook genoemd wordt “Een netwerk aanbieden waarvia samengewerkt en gepland kan worden”. Er worden daarnaast ook zorgen geuit dat de besparingen niet bij de mensen terugkomen en dat betaalde banen door vrijwilligers worden overgenomen. Eén respondent merkt bijvoorbeeld op: “De mensen dat geld geven wat ze er mee besparen en geen mensen ontslaan er voor”. Voorgesteld wordt om “werkgelegenhedenprojecten” te creëren, of natuurparticipatie “verplicht te stellen voor uitkeringsgerechtigden”. Tot slot zouden diverse respondenten het op prijs stellen als de provincie beter communiceert met burgers en direct naar ze toe komt. Eén respondent zegt bijvoorbeeld: “Reclame ervoor maken, mij interesseert het en ik heb er nooit van gehoord. Onbekend maakt nog steeds onbemind”. Ook wordt diverse malen voorgesteld om de “kinderen er bij te betrekken en enthousiast te maken”.

## 6.6 Ondersteunende rol provincie - bedrijven

Bedrijven kregen dezelfde acht activiteiten en maatregelen voorgelegd als burgers, waarvan ze er ook maximaal vijf mochten aankruisen.

Tabel 6.6. Wensen van bedrijven ten aanzien van ondersteuning door provincie (% aangekruist).

	Alle	Land bouw	Industrie	Handel	Dienst verlening
Budget beschikbaar stellen voor goede plannen en zo initiatieven uitlokken	58%	79%	58%	54%	60%
Vermindering bureaucratie, versoepelen procedures	56%	68%	54%	53%	65%
Informatie verstrekken, laten zien wat mogelijkheden zijn	50%	54%	51%	48%	52%
Samen met bedrijven en burgers als gelijkwaardige partners initiatieven ontwikkelen	28%	36%	20%	34%	46%
Concrete arrangementen aanbieden	25%	25%	21%	33%	29%
Wedstrijden organiseren en prijzen uitreiken	12%	0%	11%	17%	14%
Juridische en organisatorische ondersteuning bieden	16%	21%	17%	13%	17%
Anders, namelijk...	5%	7%	3%	7%	2%

Bedrijven hebben het meest behoefte aan budget en vermindering van bureaucratie, daarnaast heeft de helft ook behoefte aan meer informatie. Ongeveer een kwart tot een derde van de bedrijven stelt het op prijs als de provincie samen met bedrijven en burgers initiatieven ontwikkelt of concrete arrangementen aanbiedt. Er is niet veel behoefte aan juridische en organisatorische ondersteuning en het organiseren van wedstrijden.

Bedrijven in de sector landbouw hebben het vaakst behoefte aan budget en juridische en organisatorische ondersteuning, ze hebben geen behoefte aan het organiseren van wedstrijden. Bedrijven in de sector dienstverlening hebben het meest behoefte aan het samen ontwikkelen van initiatieven, bedrijven in de sector industrie hebben hier het minst behoefte aan. Bedrijven in de sector handel stellen het meest prijs op concrete arrangementen en het organiseren van wedstrijden, ze hebben minder dan bedrijven in de andere sectoren behoefte aan ondersteuning door de provincie in de vorm van budget, informatie of juridische ondersteuning.

Bedrijven die de optie 'anders namelijk' hebben aangekruist benadrukken dat de provincie initiatief moet nemen en een proactieve rol moet spelen, "want focus bedrijven ligt elders". Eén respondent raadt aan om "Bij uitbreidingen van vergunningsrechten het investeren in groen verplicht te stellen". Een ander noemt als suggestie: "Crowdfunden van goede initiatieven icm sponsoring reclame voor bedrijven die deelnemen". Diverse bedrijven opperen dat een vermindering van belasting er ook toe zou leiden dat "er geld en tijd overblijft voor eigen initiatieven". Tot slot benadrukken bedrijven ook het belang van een goede communicatie. Eén respondent vraagt om "Een eenduidig beleid communiceren en hieraan vasthouden". Een ander raadt aan om te "Benadrukken wat met er voor terugkrijgt Nu en in de Toekomst".



Limburgs landschap met op de voorgrond de volmolen. ©Ton Nolles <https://flic.kr/p/cpzejJ>

## 7. Conclusies en aanbevelingen burgers

Dit hoofdstuk geeft een overzicht van de belangrijkste conclusies en aanbevelingen uit de enquête onder 1043 burgers in Limburg.

### 7.1 Beleving en waardering natuur, landschap en groen

#### 1. Natuur, landschap en groen in Limburg belangrijk voor ondernemingsklimaat

Vrijwel alle burgers in Limburg vinden natuur, landschap en groen belangrijk voor het leefklimaat. Meer dan de helft gaat er wekelijks of vaker naar toe, en de meeste burgers zijn tevreden met de hoeveelheid, kwaliteit en ontwikkeling van natuur, landschap en groen. Limburgers geven ook een hogere waardering aan natuurgebieden en landschap in hun provincie dan inwoners van Noord-Brabant. Natuur, landschap en groen in Limburg worden dus over het algemeen positief beleefd en gewaardeerd door burgers.

#### Aanbeveling

Koester de hoge kwaliteit van natuur, landschap en groen in Limburg en zorg dat het behoud ervan voldoende blijft gewaarborgd. Zet in op het versterken van de kwaliteit van natuur, landschap en groen in de provincie, maar blijf ook alert op bedreigingen. Neem de kwaliteit van natuur, landschap en groen integraal mee in ruimtelijke afwegingsprocessen. Ga vanaf het begin de dialoog met de omgeving aan om kansen en bedreigingen in een vroeg stadium te identificeren.

#### 2. Burgers minder tevreden met groen in de buurt dan met natuur en landschap

Limburgers vinden het groen in de buurt net zo belangrijk als natuur en landschap in de ruimere omtrek van hun woonplaats, en ze maken er ook volop gebruik van. Limburgers zijn echter minder tevreden met de hoeveelheid en de kwaliteit van het groen dan met de hoeveelheid en kwaliteit van natuur en landschap, en ze vinden vaker dat de kwaliteit van het groen achteruit gaat. In vergelijking met burgers in de provincie Overijssel geven Limburgers ook een lager cijfer aan het groen in hun buurt. Er liggen dus duidelijk kansen voor verbetering van groen in de buurt, zowel wat betreft de hoeveelheid als de kwaliteit van het groen.

#### Aanbeveling

Er ligt een belangrijke opgave voor de Provincie Limburg om (meer) regie te nemen bij de ontwikkeling en kwaliteitsverbetering van groen in en rond de steden. Dit kan op klassieke wijze door als provincie een sturende rol te spelen in het aanleggen en beter toegankelijk maken van natuur- en recreatiegebieden vlakbij steden, maar ook op meer participatieve wijze door, al dan niet samen met gemeenten, groene initiatieven van burgers en bedrijven te faciliteren en suggesties te doen voor het ontwikkelen van natuurlijke speelplekken, buurttuinen en andere groene plekken dichtbij huis.

#### 3. Groot draagvlak onder burgers voor groene initiatieven

Over het algemeen is er een groot draagvlak onder burgers voor groene initiatieven. Hierbij kunnen initiatieven om het Limburgs landschap te beschermen en aantrekkelijker te maken, zoals het aanleggen van bloemrijke akkerranden, en initiatieven om meer groene speelplekken voor kinderen

aan te leggen rekenen op de meeste voorstanders. De meningen zijn wat meer verdeeld als het gaat om initiatieven om biodiversiteit te bevorderen en natuur en landschap te verruigen, zoals natuurontwikkeling en de herintroductie van de wolf.

#### **Aanbeveling**

Geef in het landschapsbeleid speciaal aandacht aan beschermen en ontwikkelen van visuele kwaliteiten. Zorg ervoor dat het landschap goed toegankelijk is zodat de visuele kwaliteiten beleefd kunnen worden. Wees terughoudend met maatregelen om het Limburgs landschap te verruigen en te verwilderen, niet alle burgers zien dit als een versterking van kernkwaliteiten. Faciliteer vanuit het provinciale beleid maatregelen om kinderen in contact te brengen met natuur, landschap en groen, zoals speelbossen, natuurlijke speelplekken en groene schoolpleinen. Deze maatregelen spelen in op een breed gevoelde zorg en verantwoordelijkheid voor het versterken van de band tussen kinderen en natuur.

#### **4. Stadsbewoners minder tevreden met natuur, landschap en groen**

Limburgers zijn minder tevreden met de hoeveelheid en de kwaliteit van natuur, landschap en groen naarmate ze in een meer stedelijke omgeving wonen. Inwoners van de grote steden vinden ook vaker dan inwoners van minder stedelijke gemeenten dat de kwaliteit van het groen in hun buurt achteruit is gegaan. Er zijn, buiten de grote steden om, ook enkele verschillen tussen de drie regio's. Inwoners van Midden-Limburg zijn over het algemeen tevredener met de hoeveelheid en kwaliteit van natuur, landschap en groen in hun omgeving dan inwoners van Noord- en Zuid-Limburg, en ze vinden ook vaker dat natuur en landschap in hun omgeving erop vooruit zijn gegaan. Inwoners van Zuid-Limburg hechten het meest belang aan natuur en landschap.

#### **Aanbeveling**

Vooral in en rond de meer stedelijke gebieden liggen er veel kansen voor verbetering van natuur, landschap en groen. In deze gebieden kan worden ingezet op een meer offensieve strategie gericht op het, samen met burgers en bedrijven, uitbreiden, ontwikkelen, versterken en beter beheren van groen. Houdt bij de vorming en uitwerking van provinciale visies op natuur, landschap en groen rekening met regionale verschillen.

## **7.2 Participatiebereidheid**

### **1. Grote participatiebereidheid burgers**

De meeste burgers zijn niet bekend met het beleid van de provincie om burgers en bedrijven te stimuleren om meer verantwoordelijkheid te nemen voor natuur, landschap en groen. Desgevraagd staat een meerderheid echter wel positief tegenover dit idee, en iets meer dan de helft van de burgers is ook bereid om zelf meer verantwoordelijkheid te nemen, vooral als het gaat om het groen in de eigen omgeving. Er is dus brede steun voor de beleidslijn 'vermaatschappelijking van natuur'. Slechts een kleine minderheid van de burgers denkt hier negatief over. Belangrijke zorgen van burgers zijn dat het beleid om participatie te stimuleren een verkapte vorm van bezuiniging is, dat besparingen die worden bereikt door burgerparticipatie niet bij de mensen terugkomen, en dat betaalde banen verdwijnen.

## Aanbeveling

Informeer burgers over de door de provincie beoogde 'vermaatschappelijking van natuur'. Haak hierbij in op de grote bereidheid van burgers om verantwoordelijkheid te nemen voor het groen in hun eigen omgeving. Selecteer bijvoorbeeld een aantal voorbeeldprojecten en maak informatie over (provinciale) ondersteuningsmaatregelen beter toegankelijk. Zorg voor integer en transparant beleid. Vermijd bovenal de schijn dat vermaatschappelijking van natuur een verkapte bezuiniging is. Maak duidelijk waar eventuele besparingen voor worden gebruikt. Haal zorgen weg dat meer natuurparticipatie nadelige gevolgen voor de werkgelegenheid heeft.

## 2. Hoge participatiegraad burgers

Minstens de helft van de burgers in Limburg participeert nu al in één of meer groene activiteiten. De participatiegraad is het hoogst voor laagdrempelige initiatieven, zoals het aanleggen van een diervriendelijke voorziening in de tuin of op het balkon, of financiële ondersteuning van natuurorganisaties. Ongeveer een kwart van de burgers die nu nog niet participeren geeft aan dat er wel een grote kans is dat ze dit gaan doen. Vooral bij de meer intensieve vormen van participatie, zoals vrijwilligerswerk in een buurttuin, is het percentage burgers dat bereid is om actief te worden veel groter dan het percentage dat al actief is. Er is dus een vrij groot en nog niet benut potentieel van burgers die actief zouden willen en kunnen bijdragen aan natuur, landschap en groen.

## Aanbeveling

Richt het participatiebeleid niet alleen op de hoogste, meest intensieve en actieve vormen van participatie maar faciliteer ook laagdrempelige initiatieven die voor een breed publiek toegankelijk zijn en minimale kennis, vaardigheden en tijdsbeslag vereisen. Een voorbeeld van zo'n activiteit is een 'natuurschouw' waarbij buurtbewoners parken en andere natuurlijke plekken in hun buurt bezoeken om ter plaatse problemen te inventariseren. Deze activiteiten kunnen een opstapje vormen naar meer intensieve vormen van participatie en het draagvlak voor natuur, landschap en groen vergroten.

## 3. Burgers zijn intrinsiek gemotiveerd om bij te dragen aan natuur

De participatiebereidheid van Limburgers wordt vooral gestimuleerd door ideële motieven zoals het bewaren van natuur voor kinderen en toekomstige generaties. Burgers omschrijven dit zelf als een maatschappelijk besef, bijvoorbeeld het besef dat de mens op de lange termijn alleen maar kan overleven 'samen met de natuur'. Daarnaast vinden veel burgers het ook belangrijk dat hun buurt er netjes uit ziet. Belemmeringen liggen vooral in praktische zaken, zoals gebrek aan tijd, geld, kennis en lichamelijke beperkingen. Voor zover er principiële bezwaren zijn, hebben deze vooral betrekking op het feit dat men vindt dat natuurbeheer een taak is voor de overheid, en niet voor bedrijven en burgers.

## Aanbeveling

Burgers zijn intrinsiek gemotiveerd om bij te dragen aan natuur, landschap en groen. Ga hier als provincie zorgvuldig mee om. Het gaat erom deze intrinsieke motivatie niet te frustreren, maar te stimuleren met passende incentives die blijf geven van waardering en respect voor de getoonde

inzet. Leg uit waarom de provincie vindt dat zorg voor natuur, landschap en groen een gedeelde verantwoordelijkheid is van overheden, burgers en bedrijven. Benoem de meerwaarde van participatie door burgers, zowel voor burgers zelf, als voor natuur, landschap en groen in de provincie.

#### 4. Burgers verwachten van provincie een coördinerende en faciliterende rol

Burgers verwachten van de provincie dat deze een coördinerende en faciliterende rol speelt die aansluit bij bestaande initiatieven. Hierbij hebben ze vooral behoefte aan informatie, budget en vermindering van bureaucratie. Men stelt het op prijs als de provincie beter communiceert met burgers en direct naar ze toe komt. Er is weinig behoefte aan juridische ondersteuning, en de meeste burgers zitten ook niet te wachten op het organiseren van wedstrijden.

#### Aanbeveling

Verklein de afstand tussen burgers en de provincie, ga naar burgers toe en maak gebruik van nieuwe media om de zichtbaarheid te vergroten. Ondersteun bestaande burgerinitiatieven door vermindering van bureaucratie en het geven van voorlichting. Stel budget beschikbaar voor goede plannen, maar wees terughoudend met het financieel belonen van participatie omdat dit de intrinsieke motivatie kan ondermijnen.

### 7.3 Verschillen tussen leefstijlgroepen

Voor dit onderzoek zijn burgers ingedeeld in vier, door SmartAgent ontwikkelde, leefstijlen. Deze leefstijlen worden aangegeven met de kleuren geel (betrokken gezinsmensen), groen (conservatieve ouderen), blauw (ambitieuze statuszoekers) en rood (eigenzinnige stadsmensen).

Er kan een tweedeling worden gemaakt tussen groepen met een gele en rode leefstijl enerzijds, en groepen met een groene en blauwe leefstijl anderzijds. De gele en rode leefstijlgroepen hechten over het algemeen meer belang aan natuur, landschap en groen dan de groene en blauwe leefstijlgroepen, en ze staan ook positiever tegenover het zelf nemen van verantwoordelijkheid voor natuur, landschap en groen. Elke groep heeft echter ook zijn eigen, onderscheidende kenmerken. Deze worden hieronder samengevat, waarbij tevens voor elke groep specifieke aanbevelingen worden gedaan om de participatie te stimuleren. Voor deze aanbevelingen is mede gebruik gemaakt van een toolkit die eerder door SmartAgent voor gemeenten is ontwikkeld (SmartAgent, 2013).

#### Gele leefstijl: 'betrokken gezinsmensen'

Limburgers met een gele leefstijl dragen natuur, landschap en groen een warm hart toe. Ze vinden het onderwerp zeer belangrijk, geven hoger dan gemiddelde rapportcijfers, en brengen vaker dan gemiddeld een bezoek aan natuur landschap en groen.

Limburgers met een gele leefstijl zeggen ook iets vaker dan de andere groepen goed bekend te zijn met het beleid om participatie in natuur, landschap en groen te bevorderen, ze hebben minder vaak principiële bezwaren tegen participatie dan de andere groepen, en ze zijn ook relatief vaak zelf actief op dit gebied. Ze ervaren hierbij echter wel veel lichamelijke beperkingen. De gele leefstijlgroep



heeft een speciale interesse in het belang van natuur voor kinderen. Ze zijn groot voorstander van het aanleggen van groene schoolpleinen en andere natuurlijke speelplaatsen, en ze vinden het zeer belangrijker dat kinderen kunnen opgroeien met voldoende natuur en groen.

### Aanbeveling

De gele groep heeft een grote participatiebereidheid en heeft maar weinig stimulatie nodig om zich in te zetten voor natuur, landschap en groen. Deze groep kan worden verleid tot participatie door leuke (gezins-)activiteiten met kinderen aan te bieden. Limburgers met een gele leefstijl kunnen het beste benaderd worden via traditionele gedrukte media (bijv. wijkkrant of informatiebrochure) en regionale televisie en radio. Ze komen graag naar een informatiebijeenkomst in een wijkcentrum, of een rondleiding of open dag (bij bijvoorbeeld een buurttuin of natuurorganisatie). Burgers met een gele leefstijl willen graag meedenken met de overheid over nieuwe ideeën en initiatieven. De kracht van deze groep ligt in het inspireren van anderen en het vergroten van het draagvlak voor groene initiatieven.

### Groene leefstijl: 'conservatieve ouderen'

Limburgers met een groene leefstijl zijn wat minder betrokken bij natuur, landschap en groen dan de andere groepen. Ze zijn van alle groepen het minst tevreden over de hoeveelheid natuur, groen en landschap in hun woonomgeving, brengen het minst vaak een bezoek aan natuur, landschap en groen, en ze zijn het minst vaak een voorstander van groene initiatieven. Limburgers met een groene leefstijl hebben ook relatief weinig bereidheid om te participeren in natuur, landschap en groen, en ze zijn het minst actief op dit terrein. Ongeveer de helft geeft aan geen bijdrage te willen of kunnen leveren aan het beheer van openbaar groen. Als ze wel participeren in natuur, landschap en groen, dan doen Limburgers met een groene leefstijl dit vaker dan de andere groepen omdat het goed is voor hun gezondheid, en ze vinden het ook relatief belangrijk om waardering te krijgen van andere mensen. Ze hebben minder behoefte aan informatie en andere vormen van ondersteuning vanuit de provincie dan andere leefstijlgroepen.



### Aanbeveling

De groene groep staat niet zo open voor participatie in natuur, landschap en groen en wil en kan hier geen voortrekkersrol in spelen. Deze groep kan worden verleid tot participatie door er op te wijzen dat actief bezig zijn in de natuur goed is voor de gezondheid. Het is belangrijk om deze groep goed te informeren en inspraak te geven, zodat ze het gevoel hebben gehoord te worden. Limburgers met een groene leefstijl kunnen het beste benaderd worden via nieuwsbrieven, huis-aan-huis krantjes en andere traditionele media. Ze komen niet graag naar bijeenkomsten maar stellen het wel op prijs als de overheid naar ze toe komt. De kracht van deze groep ligt in hun kritische en bezorgde houding, ze geven uiting aan sluimerende ongenoegens en kunnen daarmee bijdragen aan een betere verankering van initiatieven in de buurt.



### Blauwe leefstijl: 'ambitieuze statuszoekers'

Limburgers met een blauwe leefstijl hebben een nuchtere en pragmatische kijk op natuur, landschap en groen. Ze zijn tevreden met de hoeveelheid en kwaliteit van natuur, landschap en groen in hun woonomgeving, ook al komen ze er niet zo heel vaak. Ze vinden het belangrijk dat het Limburgs landschap goed beschermd wordt. Limburgers met een blauwe leefstijl hebben van alle groepen de hoogste participatiegraad in groene activiteiten. Ze zijn echter minder vaak actief vanuit ideële motieven dan de andere groepen, en stellen ook meer prijs op een financiële vergoeding voor hun bijdrage. Gebrek aan tijd is voor de blauwe leefstijlgroep de belangrijkste reden om niet te participeren in natuur, landschap en groen. Vanuit de provincie heeft deze groep vooral behoefte aan meer budget en vermindering van bureaucratie.



### Aanbeveling

De blauwe groep staat kritisch tegenover participatie in natuur, landschap en groen, maar is wel bereid om de handen uit de mouwen te steken. Deze groep kan worden verleid tot participatie door zinvolle onderhouds- en beheerswerkzaamheden aan te bieden die tot een duidelijk zichtbaar resultaat leiden. Een financiële vergoeding kan daarbij helpen om ze over de streep te trekken. Limburgers met een blauwe leefstijl zijn goed te benaderen via email, social media en internet. Ze nemen graag deel aan wijkraden of expertmeetings. Limburgers met een blauwe leefstijl willen graag in een vroeg stadium meedenken en meebeslissen met de overheid. De kracht van deze groep ligt in het leveren van kennis en kapitaal voor het versterken van de levensvatbaarheid en continuïteit van groene initiatieven.

### Rode leefstijl: 'eigenzinnige stadsmensen'

Limburgers met een rode leefstijl vormen een maatschappelijk geëngageerde groep met veel interesse in het thema natuur, landschap en groen. Ze zijn zeer vaak te vinden in natuur, landschap en groen in hun woonomgeving, maar zijn wel kritisch over de kwaliteit ervan. Ze vinden het belangrijk dat de steden groener worden en de biodiversiteit wordt bevorderd. Van alle groepen heeft de rode groep de grootste participatiebereidheid. In de praktijk zijn ze echter vaker niet-actief dan Limburgers met een gele en blauwe leefstijl, met als belangrijkste reden gebrek aan tijd. Er is echter ook een vrij grote 'harde kern' binnen de rode leefstijl groep die zich actief inzet voor drie of meer groene activiteiten. Als ze wel participeren in groene activiteiten, dan doen Limburgers met een rode leefstijl dit vooral omdat ze vinden dat natuur bewaard moet worden voor toekomstige generaties. Daarnaast vinden ze het ook belangrijk om nieuwe mensen te ontmoeten en om nieuwe dingen te leren. Ze vinden het minder belangrijk dat hun buurt er netjes uit ziet. Vanuit de provincie heeft deze groep, net als de groep met een blauwe leefstijl, vooral behoefte aan meer budget en vermindering van bureaucratie.



## Aanbeveling

De rode groep is maatschappelijk betrokken bij natuur, landschap en groen vanuit een idealistische instelling. Deze groep kan worden verleid door sociale buurtactiviteiten aan te bieden met veel aandacht voor duurzaamheid, rechtvaardigheid en het bevorderen van biodiversiteit. Limburgers met een rode leefstijl zijn goed te benaderen via email, social media en internet. Ze staan open voor alternatieve en experimentele manieren van communicatie en participatie, zoals crowdfunding en pop-up concepten. Burgers met een rode leefstijl vervullen vaak een pioniersrol bij groene initiatieven en stellen daarbij prijs op niet al te veel bemoeienis van de overheid. De kracht van deze groep ligt in het aanjagen en in een vroeg stadium adopteren van nieuwe groene initiatieven.

## 8. Conclusies en aanbevelingen bedrijven

Dit hoofdstuk geeft een overzicht van de belangrijkste conclusies en aanbevelingen uit de enquête onder 357 bedrijven in Limburg.

### 8.1 Beleving en waardering natuur, landschap en groen

#### 1. Natuur, landschap en groen belangrijk voor ondernemingsklimaat in Limburg

Het belang van natuur, landschap en groen voor het ondernemingsklimaat in Limburg wordt breed onderschreven door bedrijven. Bedrijven in Limburg zijn net als burgers tevreden met de hoeveelheid natuur, landschap en groen, maar ze zijn iets minder tevreden met de kwaliteit ervan. Bedrijven in Limburg geven ook lagere cijfers aan natuur, landschap en groen in de omgeving dan bedrijven in Overijssel. Bedrijven maken nauwelijks gebruik van natuur, landschap en groen in de omgeving voor het organiseren van activiteiten. Natuur, landschap en groen in Limburg worden dus over het algemeen positief gewaardeerd door bedrijven, maar er is wel ruimte voor verbetering.

#### Aanbeveling

Zet verder in op het profileren van Limburg als een provincie met een voortreffelijk vestigings- en ondernemingsklimaat. Blijf tegelijkertijd werken aan het verder versterken van de kwaliteit en gebruiksmogelijkheden van natuur, landschap en groen. Bedrijven maken weinig gebruik van natuur, landschap en groen in hun omgeving. Door bedrijven te stimuleren om het groen in hun omgeving meer te integreren in hun dagelijkse bedrijfsvoering en ondernemingscultuur kan het draagvlak voor natuur, landschap en groen onder bedrijven verder worden versterkt.

#### 2. Bedrijven minder tevreden met groen in de buurt dan met natuur en landschap

Bedrijven vinden het groen in de directe omgeving van hun bedrijf belangrijker dan natuur en landschap in de bredere omtrek. Ze zijn echter, net als burgers, minder tevreden met de kwaliteit en de hoeveelheid van het groen in de buurt dan met de kwaliteit en de hoeveelheid van natuur en landschap. Dit geldt in sterkere mate voor bedrijven die gevestigd zijn in industriegebieden en op bedrijventerreinen. Er liggen dus duidelijk kansen voor verbetering van groen in de buurt van bedrijven, zowel wat betreft de hoeveelheid als de kwaliteit van het groen.

#### Aanbeveling

Groen in de werkomgeving is van groot belang voor het welzijn en functioneren van werknemers. Er zou daarom meer aandacht mogen komen voor het groen in de nabijheid van vestigingsplekken van bedrijven, met name het groen op en rond industriegebieden en bedrijventerreinen. De provincie zou bedrijven kunnen stimuleren en faciliteren in het samen met andere bedrijven aanleggen en beter toegankelijk maken van groen bij industrieterreinen. Bedrijven die gevestigd zijn in woonwijken en stedelijk gebied kunnen worden aangemoedigd om samen met omwonenden te investeren in het ontwikkelen van natuurlijke speelplekken, buurttuinen en andere groene plekken in de woon- en werkomgeving.

### 3. Groot draagvlak onder bedrijven voor groene initiatieven

Het draagvlak voor groene initiatieven onder bedrijven is iets kleiner dan het draagvlak onder burgers. Toch staan ook bedrijven overwegend positief of neutraal tegenover groene initiatieven, en zijn de percentages tegenstanders klein. Bedrijven zijn, net als burgers, het vaakst voorstander van initiatieven om het landschap te beschermen en groen in steden te bevorderen. In vergelijking met burgers geven bedrijven echter meer prioriteit aan initiatieven om kinderen in contact te brengen met natuur, en minder prioriteit aan het beschermen van nesten van weidevogels.

#### Aanbeveling

De Provincie Limburg kan bedrijven tegemoet komen door een mix van beleidsmaatregelen in te zetten. Maatregelen om de visuele kwaliteit van het landschap te beschermen en kinderen in contact te brengen met natuur en groen kunnen rekenen op de meeste voorstanders, en kunnen breed worden ingezet om het draagvlak voor natuur, landschap en groen in de provincie te versterken.

## 8.2 Participatiebereidheid

### 1. Bedrijven meestal niet bekend met participatiebeleid van de provincie

Zes op de tien bedrijven zijn niet bekend met het beleid van de provincie om burgers en bedrijven te stimuleren om meer verantwoordelijkheid te nemen voor natuur, landschap en groen.

Desgevraagd staat ruim de helft van de bedrijven positief tegenover het idee van natuurparticipatie, en ongeveer een derde is ook bereid om zelf meer verantwoordelijkheid te nemen, vooral als het gaat om het groen in de eigen omgeving. Er is echter ook een kleine groep die sceptisch is, onder meer omdat men vindt dat bedrijven zich moeten richten op hun core-business, en al genoeg belasting betalen.

#### Aanbeveling

Informeel bedrijven over de door de provincie beoogde ‘vermaatschappelijking van natuur’. Geef concrete voorbeelden van de mogelijkheden voor bedrijven om te participeren, en haak hierbij in op de bereidheid van bedrijven om zich in te zetten voor groen in de eigen omgeving. Maak duidelijk waarom de provincie graag bedrijven wil betrekken in haar natuurbeleid, en benoem de meerwaarde van participatie door bedrijven, zowel voor bedrijven, als voor natuur, landschap en groen in de provincie.

### 2. Veel animo voor participatie in groene activiteiten in de bedrijfsomgeving

Minstens vier op de tien bedrijven in Limburg participeren nu al in één of meer groene activiteiten. Ongeveer een kwart van de bedrijven die nu nog niet participeren acht de kans groot dat ze dit wel gaan doen. Er is vooral veel animo voor participatie in activiteiten die direct ten goede komen aan het eigen bedrijf, zoals het natuurvriendelijk beheren van het bedrijfsterrein en het investeren in een groene leefomgeving voor werknemers. Ongeveer een derde van de bedrijven is ook geïnteresseerd om, in ruil voor meer ontwikkelingsmogelijkheden met een negatief effect op natuur in de eigen omgeving, mee te betalen aan de ontwikkeling van nieuwe natuur elders. Bedrijven zijn dus vooral bereid om te participeren in groene activiteiten als dit voor henzelf ook

een directe, tastbare meerwaarde hebben (win-win situatie). Voor een klein deel van de bedrijven is het principe van vrijwillige natuurcompensatie echter een stap te ver, zij zijn bang dat dit ontaardt in een vrijbrief voor vervuiling.

#### **Aanbeveling**

Stimuleer bedrijven om te participeren in win-win activiteiten die zowel ten goede komen aan de natuur als aan het bedrijf, zoals vergroening van het bedrijfsterrein. Deze activiteiten kunnen een opstapje vormen naar meer sociale en belangeloze vormen van participatie, zoals vrijwilligerswerk en ondersteuning van lokale initiatieven. Er is voldoende draagvlak bij zowel bedrijven als burgers om mogelijkheden voor invoering van een systeem van vrijwillige natuurcompensatie te verkennen. Het systeem is echter gevoelig voor misbruik door bedrijven die natuur willen uitbuiten voor het eigen gewin. Voer een dergelijk systeem alleen in als natuurbelangen in de uitvoering voldoende geborgd zijn.

### **3. Bedrijven zijn intrinsiek gemotiveerd maar houden ook rekening met zakelijke belangen**

Bedrijven worden, net als burgers, het meest gestimuleerd om te participeren door ideële motieven om natuur te bewaren voor toekomstige generaties en kinderen. Ongeveer een derde van de bedrijven ziet natuurparticipatie ook als een kans om het imago van het bedrijf en de klantenbinding te versterken, en een betere verbinding met de buurt en lokale gemeenschap te krijgen. Belemmeringen liggen in de eerste plaats in gebrek aan geld en tijd. Maar daarnaast is ongeveer een derde van de bedrijven ook van mening dat natuurbeheer een taak is voor de overheid, en niet voor bedrijven en burgers.

#### **Aanbeveling**

Bedrijven zijn, net als burgers, vooral intrinsiek gemotiveerd om bij te dragen aan natuur, landschap en groen, zakelijke belangen komen op de tweede plaats. Richt het participatiebeleid voor bedrijven dus niet te eenzijdig op de zakelijke voordelen voor bedrijven, dit kan de intrinsieke motivatie ondermijnen. Benadruk het grotere, maatschappelijke belang van natuur, landschap en groen, en maak inzichtelijk welke concrete functies (ecosysteemdiensten) er aan verbonden zijn (zie bijvoorbeeld figuur 8.1). Leg uit waarom het belangrijk is dat bedrijven mede verantwoordelijkheid nemen voor natuur, landschap en groen. Maak duidelijk dat participatie niet per definitie veel tijd en geld hoeft te kosten en doe concrete suggesties voor laagdrempelige vormen van participatie, zoals het aanbrenge van nestkasten en andere diervriendelijke voorzieningen op het bedrijfsterrein (zie bijvoorbeeld Dorrestijn, 2014).

### **4. Bedrijven verwachten dat provincie regierol op zich neemt**

Bedrijven in Limburg verwachten van de provincie dat deze initiatief neemt en een proactieve rol speelt in het natuurbeleid, omdat de focus van bedrijven elders ligt. Om zelf te kunnen bijdragen aan natuur, landschap en groen hebben ze, net als burgers, vooral behoefte aan informatie, budget en vermindering van bureaucratie. Bedrijven zeggen ook dat belastingvermindering hen in staat zou stellen om meer tijd vrij te maken voor groene initiatieven, en ze stellen het ook op prijs als de provincie een eenduidig beleid communiceert. Er is niet veel behoefte aan juridische en organisatorische ondersteuning en het organiseren van wedstrijden.

## Aanbeveling

Zorg voor een eenduidig beleid. Wees proactief en kom bedrijven tegemoet, wacht niet tot zij zelf met initiatieven komen. Laat zien wat de mogelijkheden zijn, geef concrete suggesties en voorbeelden van participatiemogelijkheden. Stel subsidies beschikbaar om bedrijven te stimuleren in natuur, landschap en groen te investeren, maar stel daarbij niet te veel regels op en minimaliseer administratieve rompslomp. Om tot handelen te komen kan het helpen als bedrijven meer inzicht krijgen in de negatieve impact die hun activiteiten hebben op het natuurlijk kapitaal (Dirx, 2014). De provincie zou dit kunnen faciliteren door tools beschikbaar te stellen om deze impact te bepalen.

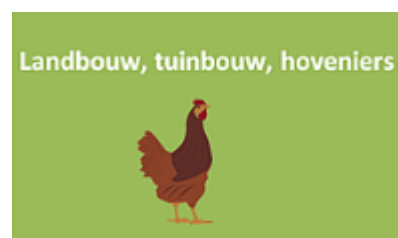
### 8.3 Verschillen tussen sectoren

Voor dit onderzoek zijn bedrijven ingedeeld in vier sectoren: landbouw (landbouw, tuinbouw, bosbouw, visserij, kwekerijen, hoveniers en tuinontwerpers), industrie (industrie, bouwnijverheid, energie, vervoer en opslag), handel (handel, financiële instellingen, zakelijke dienstverlening, advisering en onderzoek) en dienstverlening (cultuur, sport, recreatie, gezondheids- en welzijnszorg, onderwijs, toerisme en horeca).

Er kan een tweedeling worden gemaakt tussen de sectoren industrie en handel enerzijds, en de sectoren landbouw en dienstverlening anderzijds. De sectoren industrie en handel hechten over het algemeen minder belang aan natuur, landschap en groen dan de sectoren landbouw en dienstverlening, en ze staan ook minder positief tegenover het zelf nemen van verantwoordelijkheid voor natuur, landschap en groen. Omdat de sectoren industrie en handel de grootste sectoren in Limburg zijn, drukt dit een grote stempel op de gemiddelde uitkomsten voor de bedrijven. Elke sector heeft ook zijn eigen, onderscheidende kenmerken. Deze worden hieronder samengevat, waarbij tevens voor elke sector enkele globale aanbevelingen worden gedaan om de participatie te vergroten.

## Landbouw

Landbouw vormt in Limburg een omvangrijke sector die zeer intensief gebruikt maakt van natuur en landschap (Huls, 2011). Door dit intensieve gebruik voelen bedrijven in deze sector landbouw zich zeer verantwoordelijkheid voor natuur, landschap en groen. Ze vinden het onderwerp zeer belangrijk, en zijn vaker dan de bedrijven in de andere sectoren goed bekend met het provinciale beleid. Bedrijven in deze sector zijn over het algemeen tevreden met de hoeveelheid en kwaliteit van natuur, landschap en groen in hun omgeving. Ze vinden minder vaak dan andere sectoren dat natuurbeheer een taak is voor de overheid, en zijn van alle sectoren ook het meest actief op dit gebied. Ze ervaren over het algemeen weinig belemmeringen om te participeren. Bedrijven in de sector landbouw zijn enigszins verdeeld over het systeem van vrijwillige natuurcompensatie, er zijn relatief veel bedrijven die hier positief tegenover staan, maar ook relatief veel bedrijven die het een slecht idee vinden. In deze sector wordt veel belang gehecht aan de waardering van klanten en het imago en de naamsbekendheid van het bedrijf. Bedrijven in de sector landbouw hebben vanuit de provincie vooral behoefte aan budget en juridische en organisatorische ondersteuning.



## Aanbeveling

De sector landbouw heeft directe belangen bij participatie in natuur, landschap en groen en heeft ook al een grote bereidheid om zelf verantwoordelijkheid te nemen. De opgave voor de provincie is om de participatiebereid in de sector landbouw zo goed mogelijk inhoudelijk, financieel en procedureel te faciliteren en te begeleiden. De meer actieve en innovatieve bedrijven in deze sector kunnen een belangrijke rol spelen als aanjager in grotere coalities van burgers, bedrijven en overheden. De provincie kan hierbij een verbindende rol spelen door deze bedrijven in contact te brengen met andere partijen.

## Industrie

De sector industrie is de grootste werkgever in Limburg en een belangrijke pijler onder de economie. De bedrijfsprocessen in deze sector zijn energie- en grondstofintensief en hebben een grote impact op het milieu en het landschap. Deze grote impact geeft verantwoordelijkheid, maar de noodzaak om te participeren in natuur, landschap en groen wordt in deze sector nog maar weinig gevoeld. Er is in deze sector weinig erkenning voor het belang van natuur, landschap en groen voor het ondernemingsklimaat, en er is ook weinig draagvlak voor groene initiatieven. Bedrijven in de sector industrie staan van alle sectoren het meest negatief tegenover participatie in natuur, landschap en groen, en ze zijn ook het minst vaak zelf actief. De meeste bedrijven in de sector industrie zijn niet geïnteresseerd in vrijwillige natuurcompensatie als middel om meer ontwikkelingsruimte te krijgen. Natuurparticipatie vormt in deze sector geen belangrijk middel om het imago en de klantenbinding te verbeteren. Een meerderheid vindt het echter wel belangrijk om natuur te bewaren voor kinderen en toekomstige generaties. Bedrijven in de sector industrie hebben weinig behoefte om samen met de provincie als gelijkwaardige partners initiatieven te ontwikkelen.

Industrie, bouw, vervoer



## Aanbeveling

De sector industrie heeft weinig direct zakelijk belang bij natuurparticipatie. Er zijn dus extra incentives nodig om bedrijven in deze sector over de streep te trekken om te participeren in natuur, landschap en groen. Dit kunnen financiële incentives zijn, maar er kan ook een appèl worden gedaan op de ook in deze sector sterk gevoelde behoefte om natuur te bewaren voor toekomstige generaties. Een mogelijke aanpak voor deze sector is om samen met een aantal progressieve en innovatieve voorlopers uit de sector voorbeeldprojecten op te zetten.

## Handel

De sector handel is een grote en gevarieerde sector in Limburg. Bedrijven in deze sector zijn vaak gevestigd in winkel- of kantoorpanden zonder buitenruimte op een industrieterrein of in stedelijk gebied. Ruim een kwart vindt dat er te weinig groen in de omgeving is, en ook over de kwaliteit van het groen is men minder tevreden dan de andere sectoren. Bedrijven in de sector handel zien natuur, landschap en groen, net als bedrijven in de sector industrie, over het algemeen niet als een belangrijk thema. Eén op de tien

Handel, zakelijke diensten



bedrijven in deze sector is zelfs van mening dat natuur, landschap en groen helemaal niet belangrijk zijn voor het ondernemingsklimaat in Limburg. Alhoewel ze een positieve houding hebben tegenover participatie in natuur, landschap en groen, hebben bedrijven in de sector handel zelf weinig interesse om te participeren en ze zijn ook overwegend niet-actief. Bedrijven in deze sector hebben geen onderscheidende motieven of belemmeringen om te participeren, en ze hebben ook geen speciale wensen ten aanzien van de rol van de provincie.

### Aanbeveling

Voor de sector handel kunnen grotendeels dezelfde aanbevelingen worden gedaan als voor de sector industrie. Daarnaast is het specifiek voor deze sector wellicht interessant om bedrijven te wijzen op de vele nieuwe mogelijkheden voor toepassing van groen in en rond gebouwen die de laatste jaren zijn ontwikkeld. Denk daarbij aan groene daken en gevelbegroeiing, en vergroening van het interieur door middel van groene wanden en andere innovatieve systemen. Dit soort toepassingen kan een compensatie vormen voor het tekort aan groen in de omgeving van de bedrijven en tegelijkertijd een eerste stap vormen naar een groter bewustzijn van het belang van natuur, landschap en groen.

### Dienstverlening

De sector dienstverlening, zoals gedefinieerd in dit onderzoek, omvat de niet-commerciële sector en bedrijven in de horeca en het toerisme. Bedrijven in deze sector hebben over het algemeen een grote maatschappelijke betrokkenheid die zich vertaalt naar een groot draagvlak voor natuur, landschap en groen. Ze vinden het onderwerp zeer belangrijk, en zijn van alle sectoren het meest bereid om zelf verantwoordelijkheid te nemen. Veel bedrijven organiseren maandelijks of zelfs dagelijks activiteiten met werknemers of klanten in natuur, landschap en groen in de omgeving van het bedrijf. Er is in deze sector veel draagvlak voor maatregelen om steden te vergroenen en om weilanden om te vormen tot wildernisnatuur. Bedrijven in de sector dienstverlening vinden het vaker dan de andere sectoren belangrijk om de natuur te bewaren voor kinderen en toekomstige generaties, en vinden het ook vaker hun plicht om een steentje bij te dragen aan natuur. Ze staan er voor open om samen met de provincie initiatieven te ontwikkelen.

Horeca, cultuur, zorg, onderwijs



### Dienstverlening

De sector dienstverlening is vanuit idealen en principes sterk gemotiveerd om verantwoordelijkheid te nemen voor natuur, landschap en groen. Het is belangrijk om deze intrinsieke motivatie niet te frustreren, en de juiste incentives te kiezen die blijf geven van respect en waardering voor de goede bedoelingen van bedrijven. Gezien de brede maatschappelijke betrokkenheid is het voor deze sector interessant om in te zetten op integrale initiatieven waarin beleidsthema's zoals gezondheid, leefbaarheid, milieu en duurzaamheid worden meegekoppeld met natuurdoelen.



Figuur 8.1 Infographic met overzicht van ecosysteemdiensten van natuur, landschap en groen  
(Bron: Dirx, 2014)

## Literatuur

- Arnstein, S. R. (1969). A ladder of citizen participation. *Journal of the American Institute of Planners*, 35(4), 216-224.
- Dirx, J. (2014). *Natuurlijk kapitaal: toestand, trends en perspectief*. Den Haag: Planbureau voor de Leefomgeving.  
[http://www.pbl.nl/sites/default/files/cms/publicaties/PBL\\_2014\\_Natuurlijk%20kapitaal\\_Toestand\\_trends\\_perspectief\\_1480.pdf](http://www.pbl.nl/sites/default/files/cms/publicaties/PBL_2014_Natuurlijk%20kapitaal_Toestand_trends_perspectief_1480.pdf).
- Dorrestijn, K. (2014). 9 bedrijven die de natuur bij hun kantoor omarmen.  
<http://www.mt.nl/332/86583/business/9-bedrijven-die-de-natuur-bij-hun-kantoor-omarmen.html>.
- Edelenbos, J., & Monnikhof, R. (2001). *Lokale interactieve beleidsvorming. Een vergelijkend onderzoek naar de consequenties van interactieve beleidsvorming voor het functioneren van de lokale democratie*. Utrecht: Lemma.
- Hagen, G. J. (2006). De klant in de mand.... *Boss Magazine*, 4, 22-27.
- Hofland, M. (2014). *Burgerparticipatie in de openbare ruimte. Een onderzoek naar de bereidheid van de bewoners van de gemeente Deventer om verantwoordelijkheid te nemen voor het onderhoud van de openbare ruimte in hun buurt*. Master thesis. Utrecht: Universiteit van Utrecht <http://dspace.library.uu.nl/handle/1874/296220>
- Huls, E. (2011). *De Limburgse land- en tuinbouw in kaart*. Den Bosch: Hogere Agrarische School. file:///C:/Users/agnes/Downloads/De%20Limburgse%20land-%20en%20tuinbouw%20in%20kaart,%20april%202011.pdf.
- Ministerie van Economische Zaken (2014). *Rijksnatuurvisie 2014 'Natuurlijk verder'*. Den Haag: Ministerie van Economische Zaken.
- Salverda, I. E., & Pleijte, M. (2015). *Provincies en groene burgerinitiatieven: Sturingsfilosofie, rollen en instrumenten van provincies bij het samenspel met groene burgerinitiatieven*.  
[http://www.wageningenur.nl/upload\\_mm/8/a/0/69928570-99a5-4527-85e9-4a441777945d\\_Provincies%20en%20groene%20burgerinitiatieven.pdf](http://www.wageningenur.nl/upload_mm/8/a/0/69928570-99a5-4527-85e9-4a441777945d_Provincies%20en%20groene%20burgerinitiatieven.pdf). Wageningen: Alterra.
- SmartAgent (2013). *Toolkit Leefstijlen: Communiceren en participeren vanuit de belevingswerelden van Houtense inwoners*. Amersfoort: SmartAgent.  
<https://www.houten.nl/burgers/overheid-en-democratie/uw-mening-telt/participatie/toolkit-leefstijlen/>
- SmartAgent (2015). *Leefstijlonderzoek Provincie Limburg*. Amersfoort: SmartAgent.
- TNS Nipo (2015). *Natuurparticipatie: bewoner en bedrijfsleven in beweging*. Amsterdam: TNS Nipo.  
[http://www.overijssel.nl/publish/pages/147587/tns-nipo\\_natuurparticipatie\\_presentatie.pptx](http://www.overijssel.nl/publish/pages/147587/tns-nipo_natuurparticipatie_presentatie.pptx).
- Tonkens, E. H., & Verhoeven, I. (2011). *Bewonersinitiatieven: proeftuin voor partnerschap tussen burgers en overheid. Een onderzoek naar bewonersinitiatieven in de Amsterdamse wijkaanpak*. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam/Stichting Actief burgerschap.
- Van den Berg, A. E. (2012). *Beleving van natuur en landschap in Brabant. Draagvlak- en belevingsonderzoek voor het provinciaal natuur- en landschapsbeleid* Groenekan: Natuurvoormensen Omgevingspsychologisch onderzoek.

## Bijlage 1: Overzicht vragen

### DEEL 1: NATUUR, LANDSCHAP EN GROEN IN LIMBURG

**VRAAG 1.** Hoe beoordeelt u over het algemeen de mate waarin natuur, landschap en groen in de provincie Limburg aanwezig zijn? *Ruim voldoende, voldoende, te weinig, weet niet/geen mening*

**VRAAG 2.** Zijn natuur, landschap en groen in de provincie Limburg er volgens u in de afgelopen 5 jaar op vooruit of juist op achteruit gegaan? *Vooruit gegaan, gelijk gebleven, achteruit gegaan, weet niet/geen mening*

**VRAAG 3.** In hoeverre zijn natuur, landschap en groen volgens u belangrijk voor het leefklimaat in Limburg? *Heel belangrijk, beetje belangrijk, niet belangrijk, weet niet/geen mening*

**VRAAG 4.** Welk rapportcijfer geeft u voor de kwaliteit van natuur, landschap en groen in Limburg?

**VRAAG 5.** Welk rapportcijfer geeft u per natuurtipe? (natuurgebieden in Limburg, landschap in Limburg, groen in steden en dorpen in Limburg) *1-10*

**VRAAG 6.** Hieronder ziet u een aantal groene initiatieven en projecten die u zou kunnen ondersteunen. Kunt u aangeven in hoeverre u een voor- of tegenstander van deze initiatieven bent? *Voorstander, neutraal, tegenstander, weet niet/geen mening*

### DEEL 2: NATUUR, LANDSCHAP EN GROEN IN UW OMGEVING

Alle vragen in deel 2 zijn voor burgers uitgesplitst naar 'groen in mijn directe omgeving (wijk/buurt)/natuur en landschap in de bredere omtrek van mijn woonplaats'. Voor bedrijven zijn de vragen uitgesplitst naar 'groen in de directe omgeving van mijn bedrijf/natuur en landschap in de bredere omtrek van mijn bedrijf'

**VRAAG 7.** Hoe beoordeelt u de hoeveelheid natuur, landschap en groen in uw woonomgeving/omgeving van uw bedrijf? *Ruim voldoende, voldoende, te weinig, weet niet/geen mening*

**VRAAG 8.** Zijn natuur, landschap en groen in uw woonomgeving/omgeving van uw bedrijf er volgens u in de afgelopen 5 jaar op vooruit of juist op achteruit gegaan? *Vooruit gegaan, gelijk gebleven, achteruit gegaan, weet niet/geen mening*

**VRAAG 9.** In hoeverre zijn natuur, landschap en groen in de omgeving belangrijk voor u/voor uw bedrijf? *Heel belangrijk, beetje belangrijk, niet belangrijk, weet niet/geen mening*

**VRAAG 10.** Welke rapportcijfers geeft u voor de kwaliteit van natuur, landschap en groen in uw eigen woonomgeving/in de omgeving van uw bedrijf? *1-10*

**VRAAG 11 (burgers).** Hoe vaak brengt u, gemiddeld over een jaar, een bezoek aan natuur, landschap en groen in uw eigen woonomgeving? *Dagelijks, wekelijks, maandelijks, een paar keer per jaar, zelden of nooit, weet niet/geen mening*

**VRAAG 11 (bedrijven).** Hoe vaak organiseert u als bedrijf activiteiten voor werknemers en/of klanten in natuur, landschap en groen? *Dagelijks, wekelijks, maandelijks, een paar keer per jaar, zelden of nooit, weet niet/geen mening*

### DEEL 3: PARTICIPATIEBEREIDHEID

**VRAAG 12.** De provincie Limburg wil burgers en bedrijven ruimte geven om zelf bij te dragen aan de bescherming, het onderhoud en de ontwikkeling van natuur en landschap en het groen in de buurt.

Voorbeelden van activiteiten die nu al in de praktijk worden toegepast betreffen onder meer het beplanten van braakliggende terreinen, zwerfafval opruimen, aanleggen van groene daken, tellen van vogels, het plaatsen van bijenhôtels, het aanleggen en onderhouden van buurttuinen, het adopteren van een dier of stukje natuur, en meehelpen aan het onderhoud van openbaar groen. Wist u dat de provincie burgers en bedrijven uitnodigt hier zelf meer aan te gaan doen? *Nee, ja wel eens van gehoord, ja ik ben hier goed mee bekend*

**VRAAG 13.** Hoe staat u in het algemeen tegenover het idee om burgers en bedrijven meer verantwoordelijkheid te laten nemen voor natuur, landschap en groen? *Zeer positief, positief, neutraal, negatief, zeer negatief, weet niet/geen mening*

**VRAAG 14 .** Hoe staat u tegenover het idee om zelf als burger/bedrijf meer verantwoordelijkheid te nemen voor natuur, landschap en groen in uw eigen woonomgeving/omgeving van uw bedrijf? *Zeer positief, positief, neutraal, negatief, zeer negatief, weet niet/geen mening*

**VRAAG 15.** Kunt u voor elk van onderstaande activiteiten aangeven hoe groot de kans is dat u/uw bedrijf hieraan mee zou werken? *Zeker niet, kleine kans, grote kans, doe ik nu al, niet van toepassing, weet niet/geen mening*

**VRAAG 16 (alleen burgers).** Op steeds meer plekken krijgen bewoners zeggenschap over en actieve betrokkenheid bij de inrichting en het onderhoud van het openbaar groen in hun buurt. Bewoners kunnen dan de inrichting en het onderhoud van bijvoorbeeld een plantsoen of een berm op een afgesproken niveau zelf uit (laten) voeren. Hoe staat u in het algemeen tegenover dit idee? *Zeer positief, positief, neutraal, negatief, zeer negatief, weet niet/geen mening*

**VRAAG 16a (alleen burgers).** Bewoners kunnen soms een vergoeding krijgen voor het zelf beheren van groen in hun buurt. Dit heeft echter wel een keerzijde. Om dit geld vrij te maken zal bijvoorbeeld het gras in uw buurt minder vaak gemaaid worden, of de prullenbakken minder vaak geleegd. Stel dat u meer zeggenschap en actieve betrokkenheid krijgt over/bij het groen in uw buurt. Zou u dan een vergoeding willen voor uw werkzaamheden? *Ik zou een vergoeding willen voor mijn bijdrage aan het openbaar groen, ook als er daardoor minder budget is voor het onderhoud van mijn buurt, ik hoef geen vergoeding, ik lever graag een vrijwillige bijdrage aan het openbaar groen in mijn buurt, ik wil of kan geen bijdrage leveren aan openbaar groen, ook niet tegen betaling, weet niet/geen mening*

**VRAAG 17.** De provincie denkt na over een systeem om bedrijven meer ruimte te geven voor eigen ontwikkelingen met een negatief effect op natuur in de omgeving, in ruil voor het ontwikkelen van, of meebetalen aan, nieuwe natuur of natuurwaarden op een andere plek. Hoe staat u in het algemeen tegenover dit idee van vrijwillige natuurcompensatie? *Zeer positief, positief, neutraal, negatief, zeer negatief, weet niet/geen mening*

**VRAAG 17a.** U heeft aangegeven (zeer) positief/negatief te staan tegenover het idee van vrijwillige natuurcompensatie. Kunt u uw antwoord nader toelichten?

**VRAAG 18 (bedrijven).** Zou u als bedrijf zelf geïnteresseerd zijn in het adopteren of ontwikkelen van nieuwe natuur of natuurwaarden om meer uitbreidingsmogelijkheden of ontwikkelruimte te krijgen, ook als u daartoe niet wettelijk verplicht bent? *Ja, zeker; ja, misschien; nee, waarschijnlijk niet; nee, zeker niet; weet niet/geen mening*

**VRAAG 18 ( burgers).** Hoe staat u er tegenover om ook als burger in de geest van vrijwillige natuurcompensatie te handelen? Dus als u iets doet waardoor natuurwaarden in uw omgeving afnemen, dit effect compenseren door mee te werken aan ontwikkeling van natuurwaarden elders in uw woonomgeving (bijvoorbeeld in de vorm van diervriendelijke voorzieningen in uw eigen tuin of het adopteren van een stukje openbaar groen in de buurt). *Zeer positief, positief, neutraal, negatief,*

*zeer negatief, weet niet/geen mening*

#### **DEEL 4: KANSEN EN BELEMMERINGEN VOOR PARTICIPATIE**

**VRAAG 19.** Hieronder ziet u een aantal redenen waarom mensen/bedrijven zich gestimuleerd kunnen voelen om zich actief in te zetten voor natuur, landschap en groen. Kunt u aangeven welke van onderstaande redenen op u van toepassing zijn? *U kunt maximaal 5 antwoorden aankruisen die het meest op u van toepassing zijn.*

**VRAAG 20.** Hieronder ziet u een aantal redenen waarom u/uw bedrijf zich niet wil of kan inzetten voor natuur, landschap en groen. Kunt u aangeven welke van onderstaande redenen op u van toepassing zijn? *Meerdere antwoorden mogelijk.*

**VRAAG 21.** Wat zou de provincie kunnen doen om initiatieven van burgers en bedrijven met betrekking tot natuur, landschap en groen tot een succes te maken? *U kunt maximaal vijf antwoorden aankruisen.*

#### **DEEL 5: ACHTERGRONDKENMERKEN**

Zie bijlage 2 voor een overzicht

## Bijlage 2: Achtergrondkenmerken

### Kenmerken woon-/bedrijfsomgeving

#### Regio

De respondenten zijn op basis van hun woon- of vestigingsplaats ingedeeld in drie regio's: Noord-Limburg, Midden-Limburg en Zuid-Limburg.

#### Stedelijkheid

De mate van stedelijkheid is gebaseerd op de CBS-indeling van gemeenten en is een maat voor de adressendichtheid van gemeenten. De maat komt tot stand door voor ieder adres binnen een gemeente de adressendichtheid binnen een straal van 1 kilometer vast te stellen. De omgevingsadressendichtheid van een gemeente is de gemiddelde waarde hiervan voor alle adressen binnen die gemeente. Met de omgevings-adressendichtheid wordt beoogd de mate van concentratie van menselijke activiteiten weer te geven. Er worden vijf klassen onderscheiden, lopend van 1 = landelijk/niet stedelijk tot 5 = sterk stedelijk (zie kaartje CBS, 2013). De hoogste stedelijkheidsklasse is in Limburg niet vertegenwoordigd.

#### Locatie

*Burgers:* Waar woont u? Kies het antwoord dat het meest lijkt op de locatie van uw woonomgeving.

*Bedrijven:* Op welk soort locatie is uw bedrijf gevestigd? Kies het antwoord dat het meest lijkt op de locatie van uw bedrijf

1. Binnenstad/stedelijk gebied
2. Industriegebied/bedrijventerrein (alleen bedrijven)
3. Woonwijk/dorpse omgeving
4. Buitengebied/landelijke omgeving
5. Ik heb geen vaste woon- of verblijfplaats/ mijn bedrijf heeft geen fysieke vestigingsplaats

#### Buitenruimte bij woning (burgers)

Heeft u een buitenruimte bij uw woning?

1. Tuin, overwegend betegeld
2. Tuin, overwegend beplant
3. Dakterras of balkon
4. Nee, geen buitenruimte

#### Buitenruimte bij bedrijf (bedrijven)

Heeft uw bedrijf (naast een eventueel parkeerterrein) nog buitenruimte met groen? Hiermee bedoelen we een stuk gras, struiken, bloemen etc.

1. ja
2. nee

## Sociaal-demografische kenmerken

### Geslacht

1. man
2. vrouw

### Leeftijd (in jaren), ingedeeld in 3 klassen

1. 18-39 jaar
2. 40 – 64 jaar
3. 65-plus

### Opleiding:

Wat is de hoogste opleiding die u heeft gevolgd? Deze hoeft niet te zijn voltooid.

1. Geen onderwijs/basisonderwijs
2. LBO, VMBO (kader- en beroepsgerichte leerweg), VBO, leerlingwezen
3. MAVO, VMBO (theoretische en gemengde leerweg), eerste drie jaar HAVO/VWO, MULO, ULO.
4. MBO, lagere politieschool, verpleegstersopleiding
5. HAVO/VWO (gymnasium, HBS, MMS), WO- en HBO propedeuse
6. HBO, WO-bachelor/kandidaats
7. WO-doctoraal/master

De zeven opleidingsniveaus zijn gecombineerd tot drie niveaus:

1. Laag: basisonderwijs, LBO, MAVO
2. Midden: MBO, HAVO/VWO
3. Hoog: HBO/WO

### Etniciteit

Tot welke etniciteit rekent u zichzelf?

1. Nederlands
2. Turks
3. Marokkaans
4. Surinaams
5. Antilliaans/Arubaans
6. Indonesisch
7. Anders, namelijk:

**Vrije tijd (alleen burgers)**

Hoeveel uren vrije tijd heeft u gemiddeld op een doordeweekse dag? Met vrije tijd wordt de tijd bedoeld die u overhoudt na eventuele tijd besteed aan werk, studie, huishoudelijke taken, zorg voor kinderen, en slaap. *Afgerond op hele uren.*

..... uur per dag

**Leefstijl (alleen burgers)**

De leefstijl van burgers is door SmartAgent bepaald aan de hand van vijf vragen over de mate waarin de respondent bepaalde beroepen, karaktereigenschappen, huishoudentypingen, hobby's, en waarden bij zichzelf vindt passen.

**Bedrijfskenmerken****Functie in organisatie**

Wat is uw functie in deze organisatie?

1. Algemeen directeur
2. Financieel directeur
3. Hoofd Personeelszaken
4. Hoofd Marketing
5. Bedrijfsleider
6. Afdelingshoofd
7. Teamleider
8. Anders, namelijk:

**Bedrijfsgrootte**

Hoe groot is de bedrijfsvestiging of de instelling waar u werkt of eigenaar van bent?

1. Minder dan 10 werknemers
2. 10 – 19 werknemers
3. 20 – 49 werknemers
4. 50 – 199 werknemers
5. 200 – 499 werknemers
6. 500 werknemers of meer

**Groene bedrijfsactiviteiten**

Vinden uw bedrijfsactiviteiten plaats in een natuurlijke omgeving, of is uw bedrijfsactiviteit op een andere manier gerelateerd aan natuur, landschap en groen?

1. ja
2. nee

Indien ja: Om welk soort bedrijfsactiviteit gaat het? *Meerdere antwoorden mogelijk*

1. Agrarische activiteiten
2. Toeristische activiteiten
3. Ontwerp, aanleg, onderhoud tuin en landschap
4. Kwekerij, tuinbouw



5. Onderzoek en advies
6. Coaching
7. Heisessies, trainingen
8. Sport, outdoor
9. Technologie en gezondheid
10. Educatie en voorlichting
11. Anders, namelijk:

### **Sector**

In welk soort bedrijf of instelling bent u werkzaam of is uw bedrijf actief?

1. Landbouw, bosbouw en visserij
2. Wining van delfstoffen
3. Industrie
4. Productie en distributie van en handel in elektriciteit, aardgas, stoom en gekoelde lucht
5. Wining en distributie van water; afval- en afvalwaterbeheer en sanering
6. Bouwnijverheid
7. Vervoer en opslag
8. Groot- en detailhandel; reparatie van auto's
9. Verhuur van en handel in onroerend goed
10. Informatie en communicatie
11. Financiële instellingen
12. Advisering en onderzoek
13. Verhuur roerende goederen en overige zakelijke dienstverlening
14. Overige dienstverlening
15. Horeca (incl. logies)
16. Onderwijs
17. Gezondheids- en welzijnszorg
18. Cultuur, sport en recreatie
19. Ander soort bedrijf of instelling

De 19 bedrijfstakken zijn ingedeeld in 4 sectoren. Bedrijven die de categorie "ander soort bedrijf of instelling hebben aangekruist zijn met behulp van antwoorden op vraag over groene bedrijfsactiviteiten zoveel mogelijk toegedeeld aan één van de vier sectoren, zodat de groep overig zo klein mogelijk is.

1. Land- en tuinbouw (incl. kwekerijen en hoveniers uit vraag groene bedrijfsactiviteiten (1)
2. Industrie, bouw, vervoer, energie (2-7)
3. Handel en zakelijke dienstverlening (8-14)
4. Dienstverlening (15-18)
5. Overig (19)

### **MVO-beleid**

Heeft uw bedrijf een beleid voor Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen geformuleerd?

1. Ja
2. Nee, maar het is in ontwikkeling
3. Nee
4. Weet ik niet