

Op pad met...

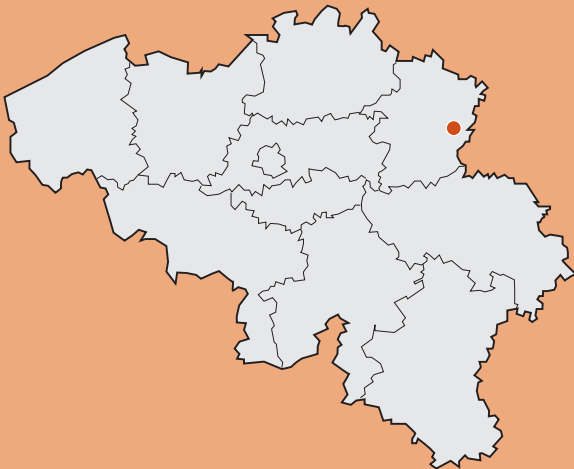
Ignace Schops op de Mechelse heide

CV Dr. I. Schops

- 1986-1990 studie Milieu- en Natuurcoördinator in Heusden en Landschapskunde in Hasselt
1991-2004 coördinator Limburgse Intercommunale voor Milieubeheer; directeur Regionaal Landschap Haspengouw; directeur Natuurpunt Limburg
2004-heden directeur Regionaal Landschap Kempen en Maasland

Functies en prijzen (een selectie)

- 2008 winnaar van de Goldman Environmental Prize (de groene Nobelprijs)
2009-heden vice voorzitter Natuurpunt Vlaanderen
2011-heden voorzitter Europarc federatie
2011-heden ere-doctor Universiteit van Hasselt



Mensen terug met de natuur verbinden

Ignace Schops weet het: hij praat soms in slogans. “We hebben een project gerealiseerd van *not in my backyard* tot *please in my backyard*.” Hij heeft het over Nationaal Park Hoge Kempen, dat binnen enkele jaren uitgroeide tot hét voorbeeld van *new school* denken over natuur. De directeur van het park reist inmiddels de hele wereld rond om ‘zijn’ model te presenteren. Maar wat houdt dat model Schops nu precies in?



Waarom heb je ons hier mee naartoe genomen?

“We staan hier bij de Mechelse heide, bij één van de lokale toegangspoorten van het Nationaal Park. Recreatiecentrum De Salamander dat hier ligt, is niet van ons. Maar we vragen van hun wel een bepaalde kwaliteit. Zo willen we het merk van het Nationaal Park sterk houden. Over het *corporate image* is heel lang nagedacht. We vroegen ons af: wat is onze *unique selling proposition*. We hadden geen pandabeer of zo. Wat ons uniek maakt zijn stenen. De Maas heeft hier miljoenen jaren geleden stenen afgezet; in andere heidegebieden in Vlaanderen kom je die niet tegen. Het *corporate image* bestaat uit stenen en stenenkorven samen met duurzaam hout, waarvan de picknicktafels en de zitbanken zijn gemaakt. Die banken zijn we gaan overdimensioneren.

Omdat we vinden dat de maatschappij meer egoïstisch aan het worden is. Mensen kijken alleen nog maar naar zichzelf. Hier op de banken moeten ze terug samen zitten. Alle bezoekersfaciliteiten liggen buiten de grenzen van het Nationaal Park. Ze zijn daar waar de mensen wonen. Soms op kilometers afstand van het park. En dat werkt voor iedereen. De bezoekers kunnen zich met die poorten vereenzelvigen want ze liggen dichtbij waar ze wonen. En voor ons geldt: ze liggen niet in de natuur, je kunt de druk op de natuur laag houden. Zo hebben soorten planten en dieren meer overlevingskansen. We monitoren dat. Als blijkt dat de druk op sommige delen te hoog is,



dan gaan we de padenstructuur herleggen. Want het gaat om de natuur, daar doen we het voor. Een ijsbeer of een eekhoorn weet niet hoe belangrijk hij is. Die huppelt maar wat rond. Als wij vinden dat een ijsbeer belangrijk is dan kunnen we daar wat aan doen. Dus mensen staan centraal.”

Wat is de kern van het Model Schops?

“De kern van het *(Re)connection model* is proberen de maatschappij terug te verbinden met natuur en landschap. Wij zijn ervan overtuigd, dat de relatie met de natuur en maatschappij, zeker in Noordwest Europa, verloren is gegaan. Die terugverbinden is een heel grote uitdaging, maar ook

een heel grote kans. Het model heeft vier slagzinnen: natuur met natuur verbinden; mensen met natuur verbinden; bedrijven met natuur verbinden; en beleid in praktijk brengen. Het Nationaal Park en het Regionaal Landschap Kempen en Maasland staan als voorbeeld van dat model.”

Kun je een concreet voorbeeld geven van reconnecting people?

“*Reconnecting* gaat over mensen begeesteren voor natuur, natuur sexy maken, zodanig dat ze ook bereid zijn natuurdoelen te gaan steunen. Twee dagen na de oprichting van het Nationaal Park in 2006 kreeg ik een telefoon van iemand van de plaat-



selijke bakkersfederatie van Limburg. Hij zegt: "Meneer Schops, ge hebt de vlaai van de maand gewonnen." Negen maanden lang mochten we elke week vijf vlaaien gaan halen voor het personeel omdat wij een project hadden gerealiseerd dat voor de warme bakkers in Limburg heel erg belangrijk was. Als je er in slaagt om een project te ontwikkelen waarin zelfs de warme bakkers zich herkennen dan ben je heel kort in de harten van de mensen gekomen. *Reconnecting* doe je bijvoorbeeld door een verbinding met de natuur te maken op een interessante manier. Bij een van de lokale toegangspoorten, de Lieteberg, is een blotenvoetenpad aangelegd. Je doet gewoon je schoenen en je sokken uit en je loopt twee uur lang rond. Je loopt door modder en water, over stenen een berg op...

En dan zie je dat daar vorig jaar 140.000 mensen drie euro voor betaald hebben. Het blotenvoetenpad ligt buiten het Nationaal Park. De facto zijn die mensen niet in het park geweest. Maar 95% van hen zegt: we zijn vandaag naar het Nationaal Park geweest, we vonden het fantastisch en we komen terug."

Krijgt jullie model voornamelijk vorm in deze schil van bezoekerscentra buiten het Nationaal Park?

"Nee, het is veel meer dan dat. Het gaat ook over een bedrijf dat zich herplaatst heeft. Hier werd het meest zuivere zand ter wereld gewonnen, midden in het Nationaal Park. Vijftien jaar geleden zijn we met die zandwinner, Sibelco een wereldspeler, begonnen te praten. In eerste instantie had-

den die mensen zoiets van: waar komen die lui nu mee af? Die directeur van Sibelco gaat niet zeggen: ik wil geen zand meer winnen. Zijn business is zandwinning. Je moet dus echt in gesprek komen met zo'n CEO en bruggen durven bouwen. Dat heeft erin geresulteerd dat ze naar de rand van het Nationaal Park gegaan zijn. En we hebben een deal kunnen sluiten waarbij de oorspronkelijke groeve weer teruggegeven wordt aan de natuur. Bij de opening van het Nationaal Park stond Sibelco hier met drie camera's. En wat zegt dat bedrijf nu wereldwijd? "Overal waar wij weggaan, daar komt een Nationaal Park." Communicatief is het goed voor hen. Natuurlijk hebben zij een eigen agenda. Maar wat is daar mis mee? Wij waren twee keer blij. Zij waren weg uit het Nationaal Park en op de nieuwe locatie hebben ze een fabriek neergezet die misschien wel vijftien keer duurzamer is dan de vorige. En die fabriek is opnieuw wereldwijd in de aandacht omdat ze daarmee zo duurzaam zand kunnen winnen. Waardoor zij weer blij zijn, wij blij zijn en iedereen blij is."

Wat heeft het Nationaal Park tot een succes gemaakt?

"Dat zijn drie factoren: mensen, middelen en mandaat. Ik heb een fantastisch team van mensen. Wij *moesten* geen Nationaal Park maken; wij *wilden* een Nationaal Park. Dat is een groot verschil. We zijn er in geslaagd om een budget te vinden van 120 miljoen euro bovenop een basisbudget

van 28. Het geld voor het Nationaal Park was een deel van het geld voor de sluiting van de mijnen. We hebben dat geld, dat geormerkt was voor economische ontwikkeling, kunnen ombuigen naar een ecologisch doel. Wat heeft meegespeeld, is dat Limburg één sterke troef had. Het was nog groen. We hebben de voet tussen de deur gestoken en gezegd: geef ons het voordeel van de twijfel voor een groenproject, een Nationaal Park. En dat is gebeurd na tien jaar lobbyen. En dan mandaat. Het Nationaal Park is gebaseerd op een masterplan, bottom up, met de steun van alle stakeholders. Een participatieve aanpak, waarbij de beheerder van het Nationaal Park, het Vlaamse Agentschap voor Natuur en Bos (ANB), pal achter onze ideeën stond. Dat leidde tot een

regeringsbeslissing die zei: het Regionaal Landschap Kempen en Maasland mag dat Nationaal Park ontwikkelen. In de aanloopfase deden we niets anders dan debatteren. Elke avond waren we met drie, vier, vijf mensen op pad naar verschillende plaatsen om met boeren, jagers, toeristische ondernemers te praten. Altijd maar babbelen. Er was natuurlijk ook weerstand en conflict. Maar het hebben van een mandaat – in dit geval een beslissing van de Vlaamse regering – was en is nog steeds een erg krachtig instrument.”

Het Nationaal Park is in economisch opzicht een succes, zie kader. Wat wil je nog meer? “Veel baten die toegerekend worden aan het Nationaal Park zijn uitgespaarde kosten. De lucht en het water hier zijn beter

en hoeven minder gezuiverd te worden. Maar dat uitgespaarde geld komt niet in het systeem terecht. Middelen die wel in het systeem terecht komen zijn de toeristische bestedingen. Bij overnachtingen is het stijgingspercentage in de buurt van het Nationaal Park vele malen groter dan de relatieve groei die men in de omstreken heeft. Dat kun je hard maken. Maar daar profiteert het Nationaal Park niet rechtstreeks van. In het huidige klimaat van afnemende subsidies is de vraag of er systemen te bedenken zijn die een alternatieve financiering van natuur mogelijk maken. Mijn inspiratie haal ik voor een deel bij Muhammad Yunus, Nobelprijswinnaar en bekend van het werken met microkredieten in Bangladesh. Microkredieten in Noord-West Europa, dat werkt niet omdat we veel te rijk zijn, maar het omgekeerde systeem – werken met micro-opbrengsten – zou wel eens kunnen werken. Er wordt erg veel geld verdiend in en om het nationaal park. Mochten we erin slagen om een deel te kunnen besteden aan het beheer van de natuur, dan zou dat niet enkel bij ons, maar op vele andere plaatsen kunnen werken. Zo praat ik momenteel met de overnachtingssector. Zij willen graag meewerken aan systemen die extra inkomsten genereren voor het Nationaal Park. Zo is er de mogelijkheid – net zoals in Costa Rica – een paar euro meer per overnachting te vragen voor de bescherming van de natuur in het Nationaal Park. De volgende stap zijn de horecaondernemers. Stel je toch eens voor dat we voor elk





pintje bier één eurocent zouden krijgen. Of denk aan de waterwingebieden. Stel dat we voor elke liter gewonnen water in of nabij een natuurgebied één eurocent kregen. We zouden de biodiversiteit een enorme dienst bewijzen zonder mensen echt pijn te doen in hun portefeuille. Het is opnieuw missionarisch werk. Maar ik zie het als een uitdaging om nieuwe, alternatieve en duurzame systemen uit te dokteren voor de financiering van onze natuur.”

Jullie ontwikkelen nu de hoofdtoegangspoort tot het Nationaal Park. Gaan die nieuwe ideeën hier al toegepast worden?

“Tuurlijk. De hoofdtoegangspoort tot het Nationaal Park – uiteraard ook buiten de grenzen van het eigenlijke park gepland – wordt ontwikkeld op de voormalige mijn-site van Eisen en in de onmiddellijke nabijheid van *outlet centre Maasmechelen Village*. Dat gebied is zo mooi, dat is eigenlijk al een klein nationaal park op zich. Die hoofdtoegangspoort moet een huwelijk worden tussen profit en non-profit. Momenteel onderzoeken we de mogelijkheden van de profit sector om mee te stappen in de ontwikkeling en exploitatie. Ik heb er alle vertrouwen in dat dit gaat lukken. We willen aantonen dat een bezoekerscentrum kan draaien zonder overheidssubsidie en denken dat we daar een hele goede uitgangssituatie hebben. Want op deze plek komen nu al meer dan een miljoen mensen per jaar naar het *outlet centre*. Afgelopen jaar onderzochten we via een intensieve bevraging de bereidheid van de mensen om naar de (nog te ontwikkelen) hoofdtoegangspoort te komen en ook of ze bereid zijn hiervoor te betalen. Wel, de resultaten zijn erg bevredigend. Meer dan 75% van de respondenten in *Maasmechelen Village* antwoordden dat zij de hoofdtoegangspoort willen bezoeken en waren bereid tussen de zes en tien euro te betalen voor een beleving.

Deze hoofdtoegangspoort die Connecterra zal gaan heten heeft de ambitie om Euro-

pese top te zijn rond het thema biodiversiteit. De ontwikkeling verloopt in fases met belevingselementen gericht op natuurbeleving en -verwondering, trendy paviljoens, een *experience centre, people mover* ... Alles wordt duurzaam gebouwd door onder meer gebruik te maken van recycling architectuur. Fase 1 vatten we nu aan, zodat het Connecterra al bezoekbaar zal zijn vanaf medio 2013.”

Heb je nog iets toe te voegen?

“Yep. In dit interview heb ik het bitter weinig over natuur gehad. Daar ging het gesprek niet over. Maar weet dat ikzelf en al mijn collega's het net hiervoor doen. Projecten ontwikkelen en extra draagvlak zoeken, dat doen we voor de natuur en het landschap. Het is aan ons allen – natuurbeschermers, bedrijfsleiders, politici, kortom iedereen – om verantwoordelijkheid te nemen voor de bescherming van onze natuur, kortbij of veraf, klein of groot. We moeten leiderschap durven tonen. Want waarom zouden wij de ontwikkelingslanden vragen om het regenwoud te beschermen als wijzelf er niet eens in zouden slagen om onze eigen achtertuin te beschermen? Als wij het niet doen, wie dan wel? En als we er nu niet aan beginnen, wanneer dan wel? En als we het niet samen oppakken, hoe dan wel?”

BAREND HAZELEGER & JOKE LUTTIK



Nationaal Park Hoge Kempen

In 1997 besloten vijf vrienden en collega natuurbeschermers in de kroeg dat er een Nationaal Park in de Kempen moest komen. Het was meer dan kroegpraat. De zomer daarop bezochten de initiatiefnemers ter inspiratie tientallen nationale parken verspreid over geheel Europa. En na bijna tien jaar van plannen maken, van overleggen met plaatselijke belanghebbenden en lobbyen was het zover. Op 23 maart 2006

opende Stavros Dimas, Europees Commissaris voor Leefmilieu het Nationaal Park Hoge Kempen.

Het park is 6.000 hectare groot, gelegen op het oostelijke, tevens hoogste, deel van het Kempisch plateau en bestaat uit uitgestrekte naaldbossen, heidevelden en waterplassen die overbleven na de zand- en grindwinning in het gebied. Aan de oostzijde wordt het begrensd door de steil-

rand tussen het plateau en de Maasvallei. Loodrecht op deze rand ontstonden tijdens de ijstijden erosiegeulen. Nu zijn dat droogdalen. Het plateau wordt ontwaterd door een tiental beken waaronder de Bos- en Itterbeek. In de beekdalen komen ook vochtige heidesystemen voor. De hoogste toppen in het gebied reiken tot 100 meter en bieden een schitterend uitzicht over de Maasvallei tot in Duitsland en de

Hoge Venen in de Ardennen. Het Nationaal Park Hoge Kempen wordt beheerd door het Vlaamse Agentschap Natuur en Bos (ANB) Tijdens een wandeling over bijvoorbeeld de Mechelse heide kom je planten tegen als rode dopheide, fraai hersthooi en klein warkruid, en vogels als de wespindief en boomleeuwerik, libellen (smaragd- en hoogveenglanslibel), en ook de zadelsprinkhaan kun je er aan treffen. Bijzondere bewoners van het Nationaal Park

zijn de gladde slang, de mierenleeuw en de bijenwolf.

Het Nationaal Park ligt op het grondgebied van zes gemeenten. In vijf daarvan is een lokale toegangspoort, een bezoekerscentrum, gesitueerd. Deze bezoekerscentra liggen in een ring om het park, soms op kilometers afstand daarvan. Ignace Schops: "Wat betreft die bezoekerscentra zeg ik altijd: doe het buiten het Nationaal Park. Daar wonen de mensen, daar kun je econo-

mie doen en ga je draagvlak bouwen." Het Nationaal Park is deels tot stand gekomen dankzij conversiefondsen bedoeld om vervangende werkgelegenheid na de mijnsluitingen te ontwikkelen. De effecten die het park op de lokale economie en werkgelegenheid heeft zijn dan ook belangrijke indicatoren. Tom Bade *et al.* (2011) heeft ze becijferd. De jaarlijkse omzet bedraagt 191 miljoen euro; het netto resultaat 16,9. De waardeinstijging van de huizen rond het park is berekend op ruim 65 miljoen. En de opbrengst van de ecosystemediensten die het park levert (opvang fijnstof, CO₂-vastlegging en waterzuivering) is geschat op ruim 1,2 miljoen euro. Samen met de belastinginkomsten voor de overheid komen de jaarlijkse netto-baten van het Nationaal Park uit op bijna 33 miljoen euro. Het aantal directe en indirecte banen bedraagt 5.100.

Ignace Schops: "Ik ben daar heel tevreden mee. Er is alleen één nadeel – dat is mijn buikgevoel – ik vind het veel. Je komt tot hallucinante bedragen waardoor politici wel eens de neiging hebben van het zal wel. Hoe ga je daarmee om?"

Literatuur

Hilbers, D (red), 2012. Crossbill Compact. Kempen en Maasland, België. Arnhem. Crossbill Guides Foundation.

Bade, T., A. van Erk, S. Houben & G. Smit, 2011. Hoge Kempen, hoge baten. De baten van het Nationaal Park Hoge Kempen in kaart gebracht. Arnhem. Triple E Productions.



Hoogte op kleur. De Noord-Nederlandse landschappen verklaard vanuit de hoogtekkaart

Ben Westerink, Wim Boetze & Bas van de Wetering, 2011. Groningen. Noorderbreedte, 96 pagina's, € 15,00. ISBN 9789080425903



Noorderbreedte is een tijdschrift over natuur, cultuur, landschap en historie van de drie noordelijke provincies. Afgelopen jaargangen publiceerde het 27 artikelen met landschapsbeschrijvingen aan de hand van de hoogtekkaart. Samen met 17 nieuwe bijdagen zijn deze gebundeld in het boek *Hoogte op kleur*. Op de linkerpagina staat steeds een beschrijving, op de rechter een hoogtekkaart, die de hoogteligging op 15 centimeter nauwkeurig aangeeft en is gebaseerd op het Actueel Hoogtebestand Nederland (AHN).

Als u wilt zien welke informatie gedetailleerde hoogtekkaarten geven over heel verschillende landschappen, dan is dit uw boek. Nog nooit zag ik de gletsjerpoort bij Steenwijk zo duidelijk, de oude krekens van de kwelders in een akker, een oude zeedijk of de ruimtelijke structuur van een esdorpenlandschap. *Hoogte op kleur* doet aan forensisch onderzoek, zoekt naar sporen in het landschap om het menselijk gebruik te achterhalen. Hier zijn de opgestapelde veranderingen in landgebruik gedurende vele eeuwen aan het oppervlak gekomen, daar zakten ze juist weg door de inklinking. Smullen, tenminste als je niet kleurenblind bent. De kaarten, gelukkig zonder al te veel topografische ondergrond die alleen maar afleidt, zijn prachtig, maar een legenda ontbreekt.

De teksten die voor uitleg zorgen, zijn soepel geschreven, en bevatten soms een

kwinkslag. Het ontstaansproces van het landschap wordt altijd aangeduid, met nadruk op de bodemontwikkeling. Indien mogelijk wordt een verband gelegd met de archeologie; vaak worden historische ontwikkelingen van eeuwen geleden meegenomen. De teksten getuigen van een goede vakkennis en zijn steeds opgebouwd rond de hoogteligging als criterium voor bespreking. Dat is tegelijkertijd ook de beperking die ik ervaar. Ik mis een dimensie. Hoe ziet het landschap er in werkelijkheid uit, welke processen spelen nu in het gebied en welke rol speelt de mens daarbij? Om daar achter te komen moet je 44 veldbezoeken afleggen. Na lezing van *Hoogte op kleur* ben je daar intensief op voorbereid. Aanbevolen dus, zeker gezien de prijs.

DR. AAT BARENDREGT, INNOVATIE- EN MILIEUWETENSCHAPPEN, UNIVERSITEIT UTRECHT