

# Greenmapper: online verbonden met favoriete natuur

In de online tool Greenmapper staan twee functies centraal: betere informatie over waardering van natuur en verbinding met 'fans' van natuurgebieden. In dit artikel bespreken we deze recent ontwikkelde online tool en gaan we in op de wetenschappelijke achtergrond ervan en op de relevantie van de tool voor natuurbeheer.

Het stadspark waar u 's avonds uw hardloopronde maakt, het strand en de duinen waar u op zondagmiddag graag komt uitwaaien, de Limburgse heuvels waar u regelmatig op vakantie gaat of de Afrikaanse savanne waar u één keer bent geweest maar een hele bijzondere ervaring hebt gehad: de liefde voor natuur krijgt vaak vorm in een band met specifieke plekken dichtbij en verder weg. Deze in veel gevallen sterke banden, of in wetenschappelijke termen deze culturele ecosysteemdiensten die specifieke natuurgebieden u leveren, zijn reëel en herkenbaar. In natuurbeleid en -management zijn ze echter grotendeels onzichtbaar.

Ondanks de (inter)nationale aandacht voor het belang van culturele ecosysteemdiensten zijn er nog weinig effectieve methoden ontwikkeld voor de benutting van deze diensten (Daily et al., 2009). Het internet biedt hier echter nieuwe mogelijkheden voor, met name dankzij eigenschappen als het kunnen overbruggen van fysieke afstanden en het 'organiseren zonder organisaties' (Brown & Fagerholm, 2015; Lupia & Sin, 2003; Shirky, 2008). Vanuit deze achtergrond hebben wij de Greenmappersoftware ontwikkeld. De eerste functie van Greenmapper is het in kaart brengen en daarmee zichtbaar maken van deze banden met specifieke natuurplekken. Daarmee helpt de tool bij het bieden van meer inzicht in wie van welke natuur houdt en waarom. Voorkeuren voor bepaalde natuur- of landschapstypen zijn al eerder onderzocht (zie onder meer Van den Berg & Koole, 2006), maar binnen het natuurbeheer ontbreekt vaak ruimtelijk specifieke kennis over de culturele ecosysteemdiensten die gebieden leveren en wie er gebruik

van maken (Sijtsma & Daams, 2013). Vanuit de markt-economie weten we dat gedetailleerde informatie over klanten van groot belang is voor klanttevredenheid en daarmee voor succes (Day, 1994). Ook voor natuurbeheerders is dergelijke informatie van belang voor gerichte marketing en het gericht kunnen aanbieden van voorzieningen.

In Greenmapper worden de banden met specifieke natuurplekken niet alleen zichtbaar gemaakt, ook maakt de tool de fans van natuurgebieden beter bereikbaar. Zowel in het wetenschappelijk als maatschappelijk debat neemt de aandacht voor betrokkenheid van andere actoren dan de overheid en traditionele natuurorganisaties bij natuurbescherming toe. Dit past bij een veranderende maatschappelijke en bestuurlijke context waarin de nadruk verschuift van *government* naar *governance*. In de huidige netwerksamenleving dient volgens Buijs et al. (2012) de traditionele visie op draagvlak verbreed te worden van acceptatie van beleid naar acceptatie van en daadwerkelijke betrokkenheid bij natuurbeheer. Op dit moment is het lastig de fans van een specifiek gebied te benaderen en te betrekken bij het beheer van een gebied. Ook voor de fans onderling is het moeilijk om elkaar te bereiken en zich eventueel te organiseren. Het internet biedt nieuwe mogelijkheden om deze verbindingen tussen liefhebbers en beheerders en tussen liefhebbers onderling tot stand te brengen (Bijker et al., 2014; Lupia & Sin, 2003). Greenmapper maakt het natuurliefhebbers makkelijker om zich niet alleen betrokken te voelen maar om betrokken te zijn bij natuur (zie ook Buijs et al., 2012).

**Dr. R.A. Bijker**  
Rijksuniversiteit Groningen,  
Faculteit Ruimtelijke  
Wetenschappen, Postbus  
800, 9700 AV Groningen  
r.a.bijker@rug.nl

**Drs. P.R. van Kampen**  
De Ontwikkefabriek BV

**Dr. F.J. Sijtsma**  
Rijksuniversiteit Groningen,  
Faculteit Ruimtelijke  
Wetenschappen

**Dr. B. van der Moolen**  
Stichting Goois  
Natuurreservaat

## Greenmapper

De basis van Greenmapper is de Hotspotmonitor (hotspotmonitor.eu). Dit is een eerder ontwikkelde online enquête tool die mensen vraagt hun meest aantrekkelijke, waardevolle of belangrijke plek te markeren. Het gaat hierbij om plekken met groen, natuur of water op het niveau van de buurt, de regio, het land en de wereld. Vervolgens wordt deelnemers onder meer gevraagd hoe aantrekkelijk ze de plek vinden en welke activiteiten ze er ondernemen. Tot nu toe hebben ongeveer 13.000 mensen op deze wijze hun favoriete plekken gemarkeerd (zie De Vries et al., 2013). Op basis van deze data creëren we clusters met gebieden die door veel mensen zijn gemarkeerd als aantrekkelijk of waardevol. Voor deze gebieden kunnen in Greenmapper natuurcommunities ontstaan. Greenmapper start met het invullen van een nieuwe, ver-

korte versie van de Hotspotmonitor en vraagt deelnemers vervolgens om in te loggen op de Greenmapperwebsite (greenmapper.nl). De tool biedt de natuurliefhebber drie functies. In de eerste plaats kun je nieuwsberichten ontvangen over gebieden die je hebt opgeslagen in je map 'favoriete natuur' en op de hoogte gehouden worden van evenementen die daar spelen. Je kunt als liefhebber van een bepaald gebied door de beheerder gevraagd worden om mee te denken over het beheer. Ook kun je met andere fans van 'jouw' gebied berichten uitwisselen. In de tweede plaats kun je online foto's vinden van je favoriete gebieden, daarvan genieten en die opslaan op een aparte fotopagina, zie figuur 1. En in de derde plaats kun je getipt worden over nieuwe gebieden om online te volgen of echt te bezoeken.

Daarnaast heeft de tool een 'achterkant', Greenmapper

**Figuur 1** de pagina met 'mijn favoriete foto's' in Greenmapper



---

Dashboard geheten, die vooral relevant is voor natuurbeheerders, overheden en onderzoekers. De ingevulde informatie in Greenmapper en de online activiteiten van de gebruikers leveren veel data op en het doel van de software is om deze data gemakkelijk toegankelijk en bruikbaar te maken.

## Discussie

Greenmapper biedt de natuurliefhebber een nieuwe manier van betrokkenheid bij meerdere gebieden waar hij of zij van houdt, zonder dat daarvoor een officieel lidmaatschap van een organisatie vereist is. De relevantie voor natuurbeheerders schuilt in de grote hoeveelheid informatie die Greenmapper kan leveren en in de mogelijkheid nieuwe vormen van online betrokkenheid van fans te verkennen. In de toekomst willen we experimenteren met nieuwe manieren van financiering, zoals crowdfunding voor een specifiek project, met praktische betrokkenheid van fans (snoeien, wilgen knotten)

en online vormen van inspraak, zoals *deliberative polling*. Vanwege het belang van de toegankelijkheid van de verzamelde informatie en de ontwerprijheid bij de ontwikkeling van de tool is gekozen voor het ontwikkelen van nieuwe software in plaats van bijvoorbeeld het creëren van Facebookgroepen. Wel kunnen links naar relevante Facebookpagina's worden opgenomen, net als naar websites van natuurbeheerders. In de toekomst willen we koppelingen met bestaande sociale media zoals Instagram verder verkennen.

Op dit moment werken we samen met stakeholders als de Stichting Goois Natuurreservaat om de tool te gebruiken en tegelijkertijd verder te ontwikkelen. Het is de bedoeling de werving van deelnemers langjarig voort te zetten in samenwerking met natuurbeheerders, overheden en mediapartners, zowel nationaal als internationaal.

---

## Literatuur

**Berg, A.E. van den & S.L. Koole, 2006.** New wilderness in the Netherlands: An investigation of visual preferences for nature development landscapes. *Landscape and Urban Planning* 78: 362-372.

**Bijker, R.A., N. Mehnen, F.J. Sijtsma & M.N. Daams, 2014.** Managing urban wellbeing in rural areas: The potential role of online communities to improve the financing and governance of highly valued nature areas. *Land* 3: 437-459.

**Brown, G. & N. Fagerholm, 2015.** Empirical PPGIS/PGIS mapping of ecosystem services: A review and evaluation. *Ecosystem Services* 13: 119-133.

**Buijs, A., F. Langers, T. Mattijssen & I. Salverda, 2012.** Draagvlak in de energieke samenleving: van acceptatie naar betrokkenheid en legitimatie (Alterra-rapport 2362). Wageningen. Alterra.

**Day, G.S., 1994.** The capabilities of market-driven organizations. *Journal of Marketing* 58: 37-52.

**Daily, G.C., S. Polasky, J. Goldstein, P.M. Kareiva, H.A. Mooney, L. Pejchar, T.H. Ricketts, J. Salzman & R. Shallenberger, 2009.** Ecosystem services in decision making: Time to deliver. *Frontiers in Ecology and the Environment* 7: 21-28.

**Lupia, A. & G. Sin, 2003.** Which public goods are endangered? How evolving communication technologies affect the logic of collective action. *Public Choice* 117: 315-331.

**Shirky, C., 2008.** *Here Comes Everybody*. The power of organizing without organisations. New York. Penguin Books.

**Sijtsma, F.J. & M. Daams, 2013.** Wie waardeert welke natuurgebieden waarom? Over wat natuurbeheer kan leren van markteconomie. *De Levende Natuur* 114 (2): 46-50.

**Vries, S. de, A. Buijs, F. Langers, H. Farjon, A. van Hinsberg & F.J. Sijtsma, 2013.** Measuring the attractiveness of Dutch landscapes: Identifying national hotspots using Google Maps. *Applied Geography* 45: 220-229.