

OVERTUIGEN MET KENNISARGUMENTEN:
COMMUNICATIEHANDVATEN VOOR ADVISEURS
BIODIVERSITEIT EN BEDRIJVEN

Lieven De Smet en Liesa Lammens



Dankwoord

Deze communicatiehandvaten werden ontwikkeld binnen het Interreg project 2B Connect (www.2b-connect.be of www.2b-connect.nl). Naast steun vanuit Interreg konden we voor de ontwikkeling van deze handvaten ook rekenen op bijkomende steun van het Instituut voor Natuur- en Bosonderzoek (INBO) en het Interreg Volunteer Youth (IVY) initiative.

De ontwikkeling van deze communicatiehandvaten was niet mogelijk zonder de onschatbare hulp van Nicole De Groof (INBO) en Eva Ceh en de bereidwillige medewerking van de geïnterviewde biodiversiteitsadviseurs en vertegenwoordigers van bedrijven en lokale overheden.

Bedankt iedereen!

Samenvatting

Meer en meer bedrijven kiezen ervoor om hun terreinen natuurlijker in te richten en te beheren. Ze doen dit niet alleen om de biodiversiteit te ondersteunen, maar ook omdat werken aan natuur hen een waaier aan voordelen oplevert. Desondanks zijn de meeste bedrijven helemaal niet bezig met biodiversiteit.

In dit rapport bundelen we communicatiehandvaten voor personen en organisaties die bedrijven willen aanmoedigen om hun terreinen natuurlijker in te richten en te beheren. Deze handvaten omvatten concrete tips voor het gebruik van kennisargumenten. We laten daarbij verschillende adviseurs aan het woord die bedrijven adviseren over hun groeninrichting en delen inspirerende verhalen van bedrijven.



Aanbevelingen voor beheer en/of beleid

Breng een boodschap die afgestemd is op jouw publiek. De drijfveren om te werken aan natuur zijn voor elk bedrijf anders. Doorgaans zijn ze verbonden met de uitdagingen waar een bedrijf mee te maken heeft. Als biodiversiteitsadviseur komt het erop aan om goed in te schatten welke precies de bezorgdheden zijn van een bedrijf en welke argumenten kunnen dienen.

Breng een verhaal. Als je de argumenten kent die een bedrijf kunnen aanspreken, maak dan niet de fout om het bedrijf te overladen met grottdroge feiten. Feiten spreken zelden aan, blijven niet hangen en zetten doorgaans niet aan tot actie. Een goed verhaal spreekt wel aan, want verhalen passen beter bij hoe ons brein werkt.

Creëer een gevoel van urgentie. Anders blijft het misschien bij goede voornemens om met biodiversiteit aan de slag te gaan. Urgentie kan je creëren door verder te gaan dan het benoemen van de voordelen. Het komt op aan om een bedrijf duidelijk te maken wat het allemaal zal missen als het niet met biodiversiteit aan de slag gaat.

Benoem zelf de risico's. Op die manier geef je als adviseur blijk van kennis van zaken en boost je je geloofwaardigheid. Mogelijke risico's zijn verkeerde verwachtingen van de beeldkwaliteit en problemen met de aanwezigheid van beschermde soorten.

Wees zelf overtuigd. Het is duidelijk een voordeel als je als adviseur zelf enthousiast bent over de voordelen die werken met biodiversiteit voor een bedrijf heeft. Enthousiasme werkt aanstekelijk.

English abstract

More and more companies are greening their business sites. They do this to support biodiversity, but also because this provides them with a number of advantages. But for most companies biodiversity is still something distant and unknown.

In this report we bring together advice for those persons and organisations that want to stimulate companies to manage their sites more ecologically. This advice are concrete tips to make a better use of knowledge arguments. We are citing consultants that are assisting companies with greening their sites and share inspiring stories of a number of companies.



Inhoudstafel

Dankwoord	2
Samenvatting	3
Aanbevelingen voor beheer en/of beleid	4
English abstract	5
1 Inleiding	7
2 Tips voor het gebruik van kennisargumenten.....	8
2.1 Breng een boodschap die afgestemd is op jouw publiek	8
2.2 Breng een verhaal	9
2.3 Creëer een gevoel van urgentie	10
2.4 Benoem zelf de risico's.....	11
2.5 Wees zelf overtuigd.....	13
3 Inspirerende projecten.....	14
3.1 Harzé Oude Metalen te Herentals	14
3.2 Athlon Car Lease te Machelen	14
3.3 Nolimpark te Pelt	15
3.4 Sibelco te Dessel.....	15
3.5 Feed Food Health Campus te Tienen	15
3.6 Yara Sluiskil.....	16
3.7 Bedrijventerreinen te Lommel	16
3.8 Albertknoop te Maastricht.....	17
3.9 Wienerberger te Lanaken.....	17
3.10 Automotive Campus te Helmond.....	18
3.11 Profel te Bladel.....	18
3.12 Koster Keunen te Bladel	18
3.13 De Sleutel te Bladel	19
3.14 Circuit van Zolder	19
3.15 Dow Chemical te Terneuzen	20
Referenties	21

1 INLEIDING

Meer en meer bedrijven kiezen ervoor om hun terreinen natuurlijker in te richten en te beheren. Ze doen dit niet alleen om de biodiversiteit te ondersteunen, maar ook omdat werken aan natuur hen een waaier aan voordelen oplevert. Het voegt namelijk iets toe aan de relatie die een bedrijf heeft met zijn voornaamste stakeholders: werknemers, klanten, aandeelhouders, buurtbewoners, overheid en de omgeving.

Ondanks de recente aandacht en dynamiek rond biodiversiteit op bedrijventerreinen zijn de meeste bedrijven helemaal niet bezig met biodiversiteit. Dat is natuurlijk geen verrassing, want bedrijven hebben andere dingen aan hun hoofd. Maar het betekent wel dat er op bedrijventerreinen nog grote kansen liggen voor biodiversiteit. Voorbeelden van bestaande bedrijven tonen dat er niet alleen prachtige resultaten geboekt kunnen worden op het terrein zelf, maar dat deze ook een belangrijke rol kunnen spelen bij het verbinden van natuurgebieden. De vraag is nu hoe je bedrijven kan motiveren om aan de slag te gaan met de kansen die er op hun terreinen liggen voor biodiversiteit.

Om bedrijven te motiveren, wordt er heel wat verwacht van kennisargumenten, argumenten gebaseerd op kennis van de voordelen die een biodivers bedrijfsterrein heeft voor een bedrijf en zijn belanghebbenden. Kennisargumenten alleen volstaan echter meestal niet om een bedrijf effectief te overtuigen actie te ondernemen voor biodiversiteit. Wel kunnen kennisargumenten helpen om een bedrijf te laten inzien dat biodiversiteit op het bedrijfsterrein een goed idee zou kunnen zijn. Daarom bundelen we in dit rapport communicatiehandvaten voor personen en organisaties die bedrijven willen aanmoedigen om hun terreinen natuurlijker in te richten en te beheren. Daarbij laten we adviseurs aan het woord die op professionele basis biodiversiteitsadvies geven aan bedrijven. Ook bevat dit rapport de verhalen van vijftien inspirerende projecten over biodiversiteit op bedrijventerreinen. Deze verhalen kunnen ingezet worden om andere bedrijven te overtuigen.



2.1 BRENG EEN BOODSCHAP DIE AFGESTEMD IS OP JOUW PUBLIEK

Als biodiversiteitsadviseur bereid je een gesprek met een bedrijf steeds goed voor. Zoek vooraf informatie op over het bedrijf, het bedrijfsterrein en je gesprekspartner en probeer inzicht te verwerven in hun belangen en motivaties. Als je bij het bedrijf bent, is het goed om samen met je gesprekspartners het terrein te bekijken om hen te laten zien wat er nu al aan natuur aanwezig is op hun terrein en welke kansen er nog liggen. Op die manier kan je hen met andere ogen laten kijken naar de reeds aanwezige natuur en krijg je in het gesprek ook inzicht in wat belangrijk is voor het bedrijf.

David Van Iersel, adviseur biodiversiteit en bedrijven

Alex Wieland, adviseur biodiversiteit en bedrijven

“Voor mij is het kernwoord ‘inzicht’. Zoals het hoort in het natuurbeheer moet een adviseur beschikken over veel kennis rond natuur en soorten, die hij of zij ook praktisch kan toepassen. Maar daarnaast, en dat is misschien nog wel belangrijker, moet een adviseur inzicht hebben in de wensen van de klant. Elke klant, of het nu gaat om een bedrijf, gemeente, school of particulier, heeft immers telkens specifieke randvoorwaarden. Deze worden vaak, maar zeker niet altijd, uitgesproken. Het is als

adviseur van essentieel belang om dit te begrijpen en hier op de juiste manier op in te spelen.”

Leon Brabers, adviseur biodiversiteit en bedrijven

“Bedrijven vertrekken meestal vanuit een probleemstelling. Zij hebben zelf een probleem dat op één of andere manier gerelateerd is aan natuur. Dat kan heel gevarieerd zijn, bijvoorbeeld rond brandveiligheid of de wens om de beheerkosten te reduceren.”

Jan Van den Berghe, adviseur biodiversiteit en bedrijven

“Ik probeer op bedrijventerreinen in eerste instantie kennis te maken met de mens zelf om erachter te komen wat de echte vraag is die de persoon heeft, waarom neemt die contact op met mij. Meestal zit er ook een onderliggende vraag in. Heeft die een probleem met beeldkwaliteit, wilt die het mooier maken, heeft die misschien een structureel probleem met zijn gebied. Hierdoor kan je gaan nadenken, kan ik eigenlijk ook meer biodiversiteit brengen, maar kan ik ook een probleem oplossen met de groeninrichting. En dikwijls zitten daar de mooie slaagkansen en ook de echte overredingskracht.”

Bart Paesen, adviseur biodiversiteit en bedrijven

De drijfveren om te werken aan natuur zijn voor elk bedrijf anders. Doorgaans zijn ze verbonden met de uitdagingen waar bedrijven mee te maken hebben. Het komt er op aan om goed in te schatten welke argumenten dat precies zijn.

En uiteraard zijn de eigenlijke biodiversiteitsmaatregelen die een bedrijf neemt best ook maatwerk. Bedrijven die nog geen ervaring hebben met biodiversiteit kunnen gewoon beginnen met kleine, eenvoudige ingrepen. De drempel ligt dan niet te hoog. Bedrijven kunnen de voordelen ervaren en bouwen tegelijk kennis en ervaring op. Het onderwerp kan beginnen leven binnen het bedrijf en van het ene komt het andere.

“Begin met kleine dingen.”

*Hilde Hanselaar, zaakvoerder MVO-advies en
voormalig zaakvoerder Harzé Oude Metalen*

2.2 BRENG EEN VERHAAL

Als je de argumenten kent die een bedrijf kan aanspreken, maak dan niet de fout om het bedrijf te overladen met grotdroge feiten. Feiten spreken zelden aan, blijven niet hangen en zetten doorgaans niet aan tot actie. Een goed verhaal spreekt wel aan, want verhalen passen beter bij hoe ons brein werkt. Het grote verschil met de conventionele manier van mensen overtuigen, waarbij feiten en logica de hoofdrol spelen, is dat een verhaal niet alleen ideeën, maar ook emoties bevat. Net doordat een verhaal emoties en informatie samen brengt, is het in staat om mensen in beweging te brengen. Verhalen zorgen voor energie. (McKee et al., 2003)

Overtuigen met een verhaal is echter geen eenvoudige opdracht. Het is immers helemaal iets anders dan een puur rationele argumentatie opbouwen. Er komen ook creativiteit, inlevingsvermogen en de vaardigheid om verhalen te vertellen bij kijken.

Hoe zit een goed verhaal in elkaar? (McKee et al., 2003)

In essentie drukt een verhaal uit hoe en waarom iets in ons leven verandert. Een verhaal begint met een situatie waarin het leven relatief in evenwicht is en alles zijn gewone gangetje

Belangrijk in een goed verhaal is dat er veel aandacht gaat naar de moeilijkheden waarmee het hoofdpersonage te maken heeft. Vaak vegen de mensen die moeilijkheden onder de mat, maar dat is niet echt. Het verhaal moet zo menselijk, waarheidsgetrouw en herkenbaar mogelijk zijn. Enkel zo krijg je verbinding met de groep wiens aandacht je wil en die je wil overtuigen.

Jan Van den Berghe, adviseur biodiversiteit en bedrijven

Personen en organisaties die bedrijven willen aanmoedigen om hun terreinen natuurlijker in te richten en te beheren kunnen gebruik maken van de verhalen van andere bedrijven. Voorbeelden zijn immers een effectieve manier om kennisargumenten te onderbouwen. Je kan daarbij gebruik maken van voorbeelden waarmee je zelf te maken hebt gehad of voorbeelden waarover je de nodige informatie kan terugvinden.

Erwin Ollivier, Athlon Car Lease

Wanneer je gebruik maakt van voorbeelden ter ondersteuning van kennisargumenten, is het belangrijk dat een voorbeeld representatief is voor het punt dat je wenst te maken. Ook kan je beter meerdere voorbeelden gebruiken zodat het niet lijkt alsof jouw voorbeeld een uitzondering is. Tot slot zorg je er best ook voor dat de voorbeelden die je gebruikt geloofwaardig zijn. (Debatix, 2020b)

De meeste bedrijven liggen niet echt wakker van biodiversiteit. Ze hebben andere dingen aan hun hoofd. Bovendien is biodiversiteit waarschijnlijk slechts één van de vele nieuwe ideeën die op hen afkomen en actie vereisen. En die ideeën kunnen niet allemaal gerealiseerd worden. Bedrijven maken keuzes. En om die reden volstaat het niet om een bedrijf te overtuigen dat het een goed idee is om hun terreinen natuurlijker in te richten en te beheren. Het komt er daarnaast ook op aan om een bedrijf ervan te overtuigen dat dit idee meer prioriteit verdient dan andere ideeën. (Debatix, 2020c)

Om het de argumenten kracht bij te zetten, kan het helpen om te verwijzen naar wat andere bedrijven allemaal doen voor de biodiversiteit en waarom dit voor hen zo belangrijk is. Verwijs daarbij bijvoorbeeld naar de Green Deal Biodiversiteit en Bedrijven waar inmiddels een hele rist grote en kleine bedrijven aan meedoen. Die boot zou een bedrijf eigenlijk niet mogen missen. Ook de inspirerende verhalen uit het volgende hoofdstuk kunnen helpen om dit te onderstrepen.

Het lijkt evident: als je bedrijven wil overtuigen om met biodiversiteit aan de slag te gaan, dan moet je vooral de voordelen benoemen. Dit is zo, maar een te eenzijdig positief verhaal wekt wantrouwen. Het lijkt dan immers alsof je een verkoper bent. Het komt er op aan om dat wantrouwen zelf weg te nemen. Dat doe je door ook een nadeel of risico te benoemen. Op die manier geef je als adviseur blijk van kennis van zaken en boost je vooral je geloofwaardigheid. Het geeft je gesprekspartner het signaal dat je eerlijk en betrouwbaar bent. Het risico dat je benoemt, is best ook niet te groot. Bovendien geef je in één adem mee hoe je dat risico kan beheersen of voorkomen. (Debatrrix, 2020a)

Een andere beeldkwaliteit

De meeste bedrijventerreinen worden gekenmerkt door verharding, kort gemaaide gazons, strak gesnoeide hagen en keurig onderhouden perkjes met vaste planten. Een biodivers bedrijventerrein ziet er anders uit. Het oogt wilder en ziet er minder verzorgd uit. En dat beeld strookt niet met hoe een bedrijventerrein er volgens veel mensen moet uitzien. Dit kan voor negatieve reacties zorgen bij klanten en buurtbewoners. Bedrijven kunnen negatieve reacties voorkomen door klanten, buurtbewoners en personeel beter te informeren, bijvoorbeeld door informatieborden te plaatsen, een barbecue te organiseren voor de buurt of een artikel te publiceren in het bedrijfsmagazine.

Bedrijfsleiders hechten veel belang aan de beeldkwaliteit van hun terreinen. Ze ervaren externe druk om hun terreinen er 'mooi' te laten uitzien. Maar het is niet omdat de beeldkwaliteit afwijkt van de norm dat iets lelijk is, integendeel. Gelukkig is beeldkwaliteit relatief. Normen kunnen veranderen. Het is voor een biodiversiteitsadviseur echter erg belangrijk om bedrijven correct te informeren over het beeld dat ze mogen verwachten van een bepaalde inrichting en het bijhorende beheer. Op die manier worden onaangename verassingen vermijden.

“Ik heb een mooi verhaal van een bedrijf uit het Antwerpse waar ik toekwam en waar men mij meteen overviel met een geklaag over de kwaliteit van de gazon. Dus ik ging naar die gazon kijken en ik vond hem prachtig. Veel gras stond er niet op, maar het aantal leuke natuursorten die er te zien waren, zelfs een aantal zeldzame, maakte het echt de moeite waard. En ik ging naar die bedrijfsleider en vertelde hem dat ik de beeldkwaliteit fantastisch vond. En die keek mij aan of ik een volslagen gek was, maar hij ging toch mee kijken. En heb hem het verhaal gebracht wat daar echt te zien was en

Jan Van den Berghe, adviseur biodiversiteit en bedrijven

Veerle van der Putten, Koster Keunen

Jan Vanmeirhaeghe, Wienerberger

2.5 WEES ZELF OVERTUIGD

Het is belangrijk om zelf overtuigd te zijn van het verhaal dat je aan een bedrijf brengt. Ga dus ook voor jezelf na waarom je biodiversiteit wilt verkopen en wat jou inspireert bij een specifiek bedrijf. Welke kansen liggen er op de terreinen van dat bedrijf voor biodiversiteit en welke voordelen heeft het voor dat bedrijf om te werken aan meer biodiversiteit? Wanneer je zelf enthousiast bent, zal het bedrijf dat voelen en gemakkelijker overtuigd zijn om mee te werken. Enthousiasme werkt aanstekelijk.

“Verkoop biodiversiteit met enthousiasme over de kansen die er liggen, dat werkt vaak aanstekelijk.”

David van Iersel, adviseur biodiversiteit en bedrijven



3 INSPIRERENDE PROJECTEN

In hoofdstuk delen we vijftien inspirerende projecten. Voor elk van deze projecten bestaat er op de website www.biodiversiteitenbedrijven.be of www.biodiversiteitenbedrijven.nl een video waarin een bevoorrechte getuige het project schetst en de drijfveren en voordelen aanstipt. Ook, hebben we getracht om de informatie over deze voorbeelden op een verhalende manier op te tekenen. De teksten die bij deze voorbeelden horen, volgen quasi allemaal dezelfde opbouw met een contextschets, probleemstelling, beschrijving van de biodiversiteitsmaatregelen en een overzicht van de belangrijkste voordelen die werken met biodiversiteit de betrokkenen biedt.

Personen en organisaties die bedrijven willen aanmoedigen om hun terreinen natuurlijker in te richten en te beheren kunnen gebruik maken van deze verhalen om kennisargumenten te ondersteunen.

3.1 HARZÉ OUDE METALEN TE HERENTALS

Als schroothandel is Oude Metalen Harzé zeer inbraakgevoelig. Verschillende keren per maand kreeg het ongewenst bezoek over de vloer. Daarin verschilt het niet veel van andere schroothandels. Dat doet het wel op een ander vlak. Het bedrijf draagt duurzaam ondernemen immers hoog in het vaandel. Beide zaken hebben er toe geleid dat Oude Metalen Harzé met biodiversiteit aan de slag is gegaan.

Als antwoord op de veelvuldige diefstallen heeft Oude Metalen Harzé besloten om rond haar terrein een haag van meidoorn en sleedoorn te aan te plaatsen. Deze soorten zijn niet alleen typische planten van hier, maar met hun doornen zijn ze ook uitstekend geschikt als inbraakwering. Daarnaast werd ook nog een vijver aangelegd en een bloemenweide ingezaaid. Dit gebeurde vanuit het hart, omdat ze er graag mee bezig wilden zijn en omdat ze het een meerwaarde vonden. Het personeel werd betrokken bij de plannen.

De meerwaarde van het project staat volgens Hilde Hanselaar buiten kijf. De inbraken zijn spectaculair afgenomen, bij goed weer wordt er buiten vergaderd en geluncht en klanten die even moeten wachten, nemen spontaan een kijkje bij de vijver. Voor de bureaumedewerkers is de vijver met al het leven dan ook een ideale plek om even tot rust te komen. En er is nog meer. Oude Metalen Harzé wordt vandaag meer au sérieux genomen als ernstig recyclagebedrijf. Door met biodiversiteit bezig te zijn, is het imago van het bedrijf nog verbeterd.

3.2 ATHLON CAR LEASE TE MACHELEN

Athlon Car Lease is erg begaan met maatschappelijk ondernemen. Dat is misschien atypisch, want als leasebedrijf draagt Athlon Car Lease bij aan de fileproblematiek en luchtvervuiling. Erwin Ollivier ziet dit alvast anders. Athlon Car Lease zet immers al jaren in op mobiliteit in brede zin en niet zomaar op het verhuren van auto's. In alles wat ze doen, streven ze ernaar om mee oplossingen aan te reiken voor maatschappelijke uitdagingen. Dat doet het ook door op zijn terreinen te werken aan biodiversiteit.

De site van Athlon Car Lease wordt ingericht en beheerd met aandacht voor de natuur en dat heeft volgens Erwin Ollivier heel wat voordelen. Het toont aan de klanten dat wat het bedrijf vertelt over haar kernproduct echt is en consequent wordt doorgetrokken naar alle aspecten

van het bedrijf. Het is zoveel toffer om met collega's buiten op een terras te zitten onder de schaduw van een boom of om in de natuur te vergaderen. Mensen komen hier ook graag werken en daar zit de buitenomgeving voor een stuk tussen. Vanop de meeste werkplekken hebben de medewerkers immers zicht op een rustgevende, groene omgeving. En 's avonds kunnen de medewerkers het werk achter zich laten wanneer ze door de natuur van het kantoorgebouw naar de bedrijfsparking wandelen. Erwin Ollivier is duidelijk: "Athlon Car Lease trekt vandaag interessantere profielen aan dan vroeger".

3.3 NOLIMPARK TE PELT

Tijdens hevige regenbuien hadden de rotondes op het bedrijventerrein Nolimpark te Pelt regelmatig te kampen met wateroverlast. Het regenwater stroomde er af naar de lageregelegen rotondes, zette het wegdek onder water en zorgde zo voor hinder.

Om deze terugkerende problematiek van wateroverlast op te lossen, werd ervoor gekozen om de borduurstenen langs de rotondes af te slijpen en de rotondes in te richten als wadi's. Zo wordt het afstromende water op een natuurlijke manier geïnfiltreerd. Met het zand uit de wadi's werden op de rotondes eveneens heuvels gecreëerd. Ook werden de rotondes ingezaaid met een inheems bloemenmengsel en heideplagsel. Op die manier wordt er een landschap en vegetatie gecreëerd die typisch is voor de omgeving.

Sinds de herinrichting van de rotondes is er geen wateroverlast meer en vinden bijen een vlinders er een omgeving waarin ze goed gedijen. Bovendien vergen de rotondes nu minder onderhoud dan voorheen en is het beheer goedkoper.

3.4 SIBELCO TE DESSEL

Sibelco is een ontginningsbedrijf. Tijdens de ontginning grijpt het grondig in op het landschap. In een dichtbevolkte regio als Vlaanderen vergt dit een focus op kwaliteit om telkens opnieuw groen licht te krijgen om een ontginningsproject te kunnen starten. Daarom besteedt Sibelco ook aandacht aan biodiversiteit in zijn groeves.

Die aandacht voor biodiversiteit gaat bij Sibelco echter verder dan louter de groeves. Ook biodiversiteit op de werkplek van de medewerkers is er een thema. De bedrijfsomgeving mag er dan ook wat wilder en beleefbaarder uitzien met wandelpaden en lunchplekken in het groen. Wat men hiermee vooral wil bereiken, is het creëren van een aangename werkplek voor de medewerkers zodat die zich goed in hun vel voelen.

Sibelco stimuleert zijn medewerkers om buiten te vergaderen en te lunchen. Je ziet dat de mensen geïnteresseerd geraken in de natuur op het bedrijfsterrein en die natuur ook echt gaan opzoeken. Wandelvergaderen is echt iets waar men bij Sibelco in geloofd. Samen met je gesprekspartner kies je de weg en wandel je die zij aan zij. Dat geeft een heel ander gesprek dan rondom een vergadertafel. Bij Sibelco zijn ze ervan overtuigd dat ze op deze manier ook investeren in gemotiveerde en gezonde medewerkers.

3.5 FEED FOOD HEALTH CAMPUS TE TIENEN

In een traditionele verkaveling richt een bedrijf de niet-bebouwbare zone zelf in. Op de Feed Food Health Campus te Tienen verliet de Provinciale Ontwikkelingsmaatschappij Vlaams-Brabant (POM) die manier van werken. Vanuit een nieuwe visie op duurzaam ruimtegebruik

werden de groenzones op de Feed Food Health Campus geclusterd en kunnen de bedrijfskavels volledig bebouwd worden.

Met die nieuwe visie, waarbij er gedeelde groenzones worden gecreëerd, is bij de POM de aandacht voor biodiversiteit gegroeid. De POM vindt het belangrijk voor zijn imago om biodiversiteit te integreren in de projecten die het ontwikkeld. Concreet heeft de POM in de groenzones houtkanten en fruitbomen aangeplant en een poel uitgegraven en beheert het de groenzones als ruigte en bloemenrijk grasland. Om de waterhuishouding te regelen, werd er gekozen voor een systeem met open grachten en een wadi.

Samen met de groenzones nodigt een fiets- en wandelpad werknemers, buurtbewoners en passanten uit om het bedrijventerrein te gebruiken. Je ziet dit ook gebeuren. Werknemers op het bedrijventerrein gaan buiten lunchen en buurtbewoners later er 's avonds of in het weekend hun hond uit. Op die manier is er ook buiten de kantooruren een vorm van controle op het bedrijventerrein door buurtbewoners of passanten. Hoewel het beeld van de extensief onderhouden groenzones in eerste instantie weerstand oproept, wordt de beeldkwaliteit intussen wel geapprecieerd. De Feed Food Health Campus was voor de POM een eerste vingeroefening op het vlak van werken met biodiversiteit. Inmiddels integreert de POM biodiversiteit in al haar ontwikkelingen.

3.6 YARA SLUISKIL

De missie van Yara, een producent van kunstmeststoffen, is 'responsibly feed the world and protect the planet'. Om te onderstrepen hoe ze die missie in de praktijk brengt, werkt Yara aan biodiversiteit op zijn terreinen.

In samenwerking met lokale natuurorganisaties en een bedrijfsinterne biodiversiteitswerkgroep heeft Yara tal van natuurplekjes en faunavoorzieningen ingericht op en rond zijn terreinen. Er is een boomgaard met oude fruitrassen en schapenbegrazing. Enkele oude bunkers werden ingericht als vleermuisverblijf. Om overlast door duiven te beperken werd er een nestkast opgehangen voor de slechtvalk. Andere stukjes mogen verwilderen. De ervaring van Yara is dat de zorg voor biodiversiteit doorgaans goed te combineren valt met de normale bedrijfsactiviteiten en bovendien vaak relatief goedkoop is.

De stukjes natuur die Yara beheert, werden intussen opgenomen in het wandelroutenetwerk van de provincie Zeeland. Dat is een interessant gegeven, want op die manier kunnen passanten genieten van de realisaties van Yara en krijgt het bedrijf daardoor extra aandacht voor haar inspanningen. Het voorbeeld van Yara krijgt trouwens navolging. Langs het wandelroutenetwerk worden er nieuwe biodiversiteitsacties uitgerold op terreinen van bedrijven. Zo heeft North Sea Ports onlangs een groot perceel ingericht als tijdelijke natuur.

3.7 BEDRIJVENTERREINEN TE LOMMEL

Lommel is een heel groene stad en de Lommelaren zijn fier op dat groene karakter. De stad speelt die troef uit op het vlak van toerisme en recreatie. De industriezones op het grondgebied van Lommel vormen echter een belangrijke barrière tussen de natuurgebieden die Lommel rijk is.

Sinds een aantal jaren zet de stad actief in op biodiversiteit op haar bedrijventerreinen. Ze werkt daarvoor samen met ondernemers en natuurorganisaties. Op het Kristalpark zijn er bufferzones aangeduid waar het beheer volledig is afgestemd op het in stand houden en ontwikkelen van streekeigen soorten. Maar ook van de bedrijven worden inspanningen

////////////////////////////////////

Dat het Kristalpark een aangename plek is, bewijzen de vele fietsers die langs en over het bedrijventerrein van het ene natuurgebied naar het andere fietsen. De vlinder, het symbool van de vergroening van de Lommelse bedrijventerreinen, werd ook gebruikt om het biodiversiteitsverhaal via scholen en verenigingen verder open te trekken naar de bevolking. De vlinder is intussen uitgegroeid tot het symbool van Lommel. Lommel profileert zich vandaag als de vlinderstad van België. Door al die inspanningen krijgt heide er volop kansen en zie je wanneer je Lommel binnenrijdt al heel goed het resultaat. In september, wanneer de heide in bloei staat, is Lommel zelfs de mooiste plek van Vlaanderen.

Bedrijventerreinen en woonwijken die aan elkaar grenzen het is geen uitzonderling in Vlaanderen en Nederland. Het is echter voor geen van beide een ideale situatie. Dit is ook wat er op de tekentafel lag in het grensgebied tussen de gemeenten Lanaken en Maastricht. In Lanaken zal er in de toekomst een bedrijventerrein ontwikkeld worden nabij een bestaande woonwijk, net over de grens in Maastricht.

De verweving van functies laat toe om de schaarse ruimte beter te benutten. In dergelijke verwevingsverhalen is er vaak een belangrijke rol weggelegd voor natuur, want die natuur creëert doorgaans een meerwaarde voor functies zoals wonen, werken, recreatie ... waarmee het wordt gecombineerd.

Baksteenfabrikant Wienerberger kocht een aantal jaren geleden een fabriek die zich naast een woonwijk bevond. Al gauw kreeg het bedrijf te horen dat de burens heel wat overlast ondervonden van de fabriek. Die produceerde met name veel stof, licht en lawaai. Tegelijkertijd zat Wienerberger ook met een groot volume afgegraven grond waarvoor een bestemming moest worden gevonden.

Dankzij de realisatie van de grondwal heeft Wienerberger een positieve relatie opgebouwd met de buurtbewoners en andere betrokkenen waarmee het in dit dossier heeft samengewerkt. Niet alleen de hinder is afgenomen, maar de mensen krijgen er een aantrekkelijk uitzicht bovenop. Naast de grondwal komt bovendien een fietspad met zowel

een recreatieve als functionele, verbindende functie. Wienerberger ziet de grondwal als een uithangbord voor haar fabriek. Samenwerken werkt.

3.10 AUTOMOTIVE CAMPUS TE HELMOND

Op de Automotive Campus te Helmond wordt er gewerkt aan de mobiliteitsoplossingen van de toekomst. Denk daarbij aan de ontwikkeling van voertuigen op waterstof en zonne-energie. De bedrijven op de campus moeten daarvoor de slimste koppens aan zich kunnen binden.

Het antwoord op deze uitdaging is de verduurzaming van de campus en zijn omgeving. Er wordt een inspirerend en uitdagend werk-, leer- en innovatielandschap ontwikkeld dat niet alleen inspeelt op de behoeften en wensen van de bedrijven, maar ook op de wensen van bewoners, bezoekers en passanten. Uitgangspunt daarbij is het benutten en versterken van de groene kwaliteiten op en in de directe omgeving van de campus. Er wordt daarbij onder meer een ecologische groenzone ingericht met een watergang met natuurvriendelijke oevers die doorheen het hart van de campus loopt.

De inrichting van de campus komt niet alleen de mensen ten goede, maar ook de ontwikkeling van de campus. Het maakt de campus aantrekkelijker voor bedrijven die zich hier in de toekomst willen vestigen.

3.11 PROFEL TE BLADEL

Als een van de vier Boslandgemeenten is natuur een belangrijk thema voor het gemeentebestuur van Pelt. Om die natuur te ondersteunen, ligt er ook een opgave bij de bedrijven om hun terreinen biodivers te vergroenen. Als belangrijke werkgever en beeldbepalend bedrijf op het Nolimpark te Pelt heeft Profel een voortrekkersrol te vervullen.

Profel neemt die rol ernstig. Het vindt een goede relatie met het lokale bestuur belangrijk. Bovendien biedt deze opgave het bedrijf ook de mogelijkheid om een van haar vier kernwaarden 'Met zorg' in de praktijk te brengen. Profel is op zijn terreinen overgeschakeld op extensief maaibeheer, verwijderde invasieve exoten, plantte inheemse bomen en struiken aan, zaaide een bloemenweide in en vormde een waterbekken om tot een poel.

De terreinen van Profel zijn een visitekaartje voor zowel het bedrijf als het bedrijventerrein. Ze zijn een onderdeelje van een ecologische ‘snelweg’ voor zeldzame planten- en diersoorten. De nieuw ingerichte zone is bovendien een ideale ontvangstruimte voor klanten, leveranciers en medewerkers. Het maakt het maatschappelijk engagement van het bedrijf tastbaar.

3.12 KOSTER KEUNEN TE BLADEL

Koster Keunen is een bedrijf gespecialiseerd in de ontwikkeling en raffinage van een heel gamma aan producten uit bijenwas voor de cosmetische en farmaceutische industrie. In 2016 werd de vestiging van het bedrijf in Bladel verwoest door een enorme brand.

Het bedrijf stond voor een grote uitdaging. De vestiging te Bladel moest vanaf nul opgebouwd worden. Het heeft daarbij heel wat innovaties doorgevoerd. Bij het ontwerp van het bedrijf werd ervoor gekozen om het bedrijfsterrein bijenvriendelijk in te richten met mooie, inheemse bloemen en planten. Een pad rondom het bedrijf werd aangelegd in grasdals zodat water kan infiltreren in de bodem en planten kunnen groeien.

Koster Keunen vindt het belangrijk dat het goed gaat met de bij. Die levert immers de basisgrondstof voor de producten die Koster Keunen vervaardigt. Via de inrichting van zijn

terrein geeft het aan dat het graag meer natuur op bedrijventerreinen wil zien en toont het hoe bedrijven dit kunnen doen. De bijenvriendelijke groenvoorziening ondersteunt tevens het imago dat het bedrijf zich wil aanmeten. Het maakt de waarden waarvoor Koster Keunen staat, tastbaar.

3.13 DE SLEUTEL TE BLADEL

Bedrijventerrein De Sleutel is een typisch bedrijventerrein met een grote verharde oppervlakte. In combinatie met de toename van extremere weersfenomenen als gevolg van de klimaatverandering zorgt dit voor problemen. In 2016 werd het bedrijventerrein getroffen door een hevige onweersbui waarbij er op een uur tijd niet minder dan 100 millimeter water viel. De riolen konden het water niet trekken en het bedrijventerrein stond blank.

In samenwerking met het Waterschap De Dommel heeft de gemeente de Raamsloop en de groenzone langs het bedrijventerrein heringericht om wateroverlast in de toekomst te voorkomen en de natuur te versterken. De raamsloop kreeg natuurvriendelijke oevers, poelen werden aangelegd, bomen werden gerooid en stuiken aangeplant om meer structuur en variatie te creëren in de groenzone en nestkasten en andere faunamaatregelen werden geïnstalleerd. Zo ontstaat een ecologische verbindingzone die ruimte biedt aan water en waarlangs de natuur door het beekdal kan migreren.

De groenzone zorgt voor een fraaiere werkomgeving. Er werd een wandelpad in aangelegd die door de werknemers op het bedrijventerrein wordt gebruikt tijdens de lunch. Het project krijgt ook navolging van individuele bedrijven op het bedrijventerrein. Deze bedrijven kiezen ervoor om te ontharden, hun groenaanleg te vervangen door inheemse beplanting en een groene werkomgeving te creëren voor hun werknemers.

3.14 CIRCUIT VAN ZOLDER

Het Circuit van Zolder, een racecircuit voor motorvoertuigen, ligt midden in De Wijers, een uniek vijverlandschap met bijzondere planten- en diersoorten. Als toeristische trekpleister wenst men het circuit landschappelijk beter in de passen, maar ook beter af te schermen om de overlast voor de omwonenden te beperken. De bufferzone rond het circuit bestond immers uit grote, hoog opgeschoten dennen waar je onderdoor kon kijken zodat de groenbuffer nog maar voor weinig visuele afscherming zorgde.

De dennen werden gekapt. Op vlak van biodiversiteit stelden zij immers niet veel voor. De bestaande, dikkere inheemse loofbomen in de groenbuffer werden behouden en aangevuld met heel wat inheems plantgoed. Zo wordt er een dikke, struikachtige fase gecreëerd die niet alleen veel interessanter is voor de biodiversiteit, maar ook het circuit visueel afschermt van de omgeving. Doordat de geluidbron niet langer zichtbaar is, daalt ook de hinder die de mensen ondervinden van het geluid.

De aandacht voor biodiversiteit is voor het Circuit van Zolder een verstandige keuze gebleken. Zo komt dit niet alleen het imago van het Circuit en de relatie met de omwonenden ten goede, maar neemt ook de veiligheid op het circuit toe. Doordat de hoge bomen werden geveld, kan de zon beter aan het circuit waardoor de baan sneller opdroogt en er veiliger geracet kan worden.



3.15 DOW CHEMICAL TE TERNEUZEN

Duurzaamheid is een belangrijk thema voor Dow Chemical, een multinational met een grote vestiging in Terneuzen. Een van de doelstellingen om invulling te geven aan dit thema is 'valuing nature' ofwel gebruik maken van de natuur als economische oplossing.

Historische verontreiniging van grondwater pakt Dow op zijn site in Terneuzen niet op de traditionele, technische manier aan, maar via wilgen. Die wilgen nemen het verontreinigde water op en sturen dat naar hun bladeren waar de verontreiniging via fotosynthese wordt afgebroken. Deze werkwijze duurt langer, maar is wel veel goedkoper.

In samenwerking met lokale natuurorganisaties heeft Dow een broedvogeleiland aangelegd voor visdiefjes. In het eerste jaar al vonden de visdiefjes massaal hun weg naar het eiland en werden er kleine visdiefjes geboren. Dit leverde Dow heel wat positieve aandacht op in de media. Ook de mensen die in Terneuzen wonen, zijn tevreden. Er is nu minder overlast door visdiefjes in het stadscentrum.

Dow doet vandaag meer en meer een beroep op de hulp en expertise van lokale natuurorganisaties voor de inrichting en het beheer van zijn terreinen. Zij beschikken niet alleen over kennis die Dow zelf niet in huis heeft, maar zo ontstaan er voor bereide partijen ook interessante verbindingen. Vroeger zouden beide partijen met elkaar te maken krijgen in vergunningsprocedures, maar door samen te werken, is de kans daarop nu heel wat minder groot.

Een andere vaststelling is dat de groengordel die Dow jaren geleden liet aanleggen inmiddels zo groot is geworden dat die prima helpt om licht- en lawaaihinder voor de omgeving te beperken. Ook heeft men in die groengordel intussen een wandelpad aangelegd dat door de medewerkers volop gebruikt wordt tijdens hun middagpauze. Zo'n zaken maken een werkplek aantrekkelijker voor werknemers.

Referenties

Debatrix (2020a). <https://www.debatrix.com/nl/2008/08/wordt-ogenblikkelijk-geloofwaardiger/>

Debatrix (2020b). <https://www.debatrix.com/nl/2008/09/maak-je-argumenten-tastbaarder-en-concreter/>

Debatrix (2020c). <https://www.debatrix.com/nl/2018/03/het-onmisbare-ingredient-van-elke-succesvolle-pitch-waarom-nu/>

McKee R., Fryer B. (2003). Storytelling That Moves People. Harvard Business Review.