

Natuurbeschermers niet langer vies van commercie

Jeroen Bos
Amsterdam

Natuurbeschermers in Nederland gooien het roer om en zijn actief op zoek naar investeerders om hun projecten te financieren. Dat blijkt uit een rondgang langs verschillende natuurorganisaties. Ook de koepel van natuurbeschermers IUCN NL merkt dat er een cultuuromslag gaande is.

Het idee om professionele investeerders aan te trekken, was lange tijd not done voor natuurorganisaties. Het streven naar financieel

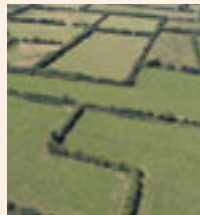
rendement leek onverenigbaar met het idealisme dat de kern van hun organisaties vormt.

Maar tijden veranderen. De subsidiekraan is de afgelopen jaren een flink eind dichtgedraaid. In 2010 gaf de rijksoverheid nog ruim € 1 mrd subsidie voor natuur, in 2014 was dat € 418 mln. Tegelijk is er aan de kant van investeerders een 'groene opleving' gaande. Het besef daagt dat rendement en maatschappelijk nut elkaar niet hoeven te bijten.

Harde cijfers over dit type beleggingen in Nederland ontbre-

ken. Maar de markt groeit. Banken en vermogensbeheerders breiden hun assortiment aan duurzame beleggingsproducten uit. De nieuwste loot aan die stam zijn zogenoemde impactfondsen, die nadrukkelijk zoeken naar beleggingen met een meetbaar groen of duurzaam resultaat. Vorig jaar nog lanceerden Rabobank en Triodos een impactfonds dat onder meer biologische landbouw moet stimuleren. Ook ABN Amro biedt klanten impactbeleggingen aan.

Geld zoekt dus groen. En groen stelt zich steeds meer open voor dat



**Banken
zoeken
belegging
met groen
resultaat**

geld. Maar de natuurorganisaties moeten wel leren hun projecten als investeringen te presenteren. Die hobbel proberen zij nu te nemen.

'Zij moeten de taal van bankiers leren spreken', vertelt financieringsspecialist Gerhard Mulder van IUCN NL. 'Het zijn geen zakenmensen. Ze hebben het gevoel hun ziel te verkopen.' Toch is de bereidheid om commercieel te denken volgens hem groot.

STRAKKE PITCH
Pagina 2,3



Natuurbeschermers werken aan strakke pitch met investee

Natuurorganisaties maken hun projecten commercieel rendabel. Dat was vloeken in de kerk, maar nu noodzaak omdat subsidies opdrogen

Jeroen Bos
Amsterdam

Ze staan er wat ongemakkelijk bij en ze zoeken nog naar de juiste toon voor hun verhaal. In een leslokaal op Nyenrode Business Universiteit oefenen vijf medewerkers van natuurorganisaties een pitch om geld op te halen bij investeerders. De een zoekt kapitaal om ecotoerisme op het Haringvliet te stimuleren, een ander hoopt met hulp van investeerders het Nederlandse weideland te verfraaien. 'Het is lastig om de juiste balans te vinden tussen mijn passie voor de natuur en de harde cijfers waar investeerders ook om vragen', vertelt een van hen.

Werken met investeerders is nieuw terrein voor de medewerkers persoonlijk, maar ook voor de organisaties die zij vertegenwoordigen. Dat zijn onder meer Vogelbescherming Nederland, Wetlands International en Sovon Vogelonderzoek. Zij zijn traditiegetrouw afhankelijk van donaties en subsidies. Maar nu de overheid minder scheutig is, moeten zij op zoek naar nieuwe bronnen van kapitaal. De deelnemers aan de workshop zoeken investeringsgeld van enkele tonnen tot een paar miljoen. Ze mikken op banken, groene beleggingsfondsen en rijke particulieren om dat kapitaal aan te dragen.

'Er is genoeg geld, maar natuurorganisaties moeten de taal van bankiers leren spreken', zegt Gerhard Mulder van IUCN NL, een koepel van maatschappelijke organisaties, oftewel ngo's. Mulder was bankier bij ABN Amro. Tegenwoordig adviseert hij natuurorganisaties over investeringen en financiering. 'Zij hebben vaak fantastisch mooie projecten, die ze ook commercieel kunnen inzetten.'

Hij wijst op de groeiende belangstelling voor groene en duurzame beleggingen, waar vrijwel iedere bank en grote vermogensbeheerder op in probeert te spelen. 'Het is nu aan de natuurorganisaties om hun projecten geschikt te maken voor investeerders en die goed te presenteren. In mijn tijd als bankier merkte ik dat het daar nog vaak aan schort.'

Uit natuurbeschermingsprojecten komen vaak diensten voort met een econo-

mische waarde. Denk bijvoorbeeld aan de waterhuishouding. Een natuurgebied kan als overstromingsbekken fungeren. Zo heeft het gebied waarde voor partijen die schade lijden door overstromingen.

Natuurorganisaties erkennen die waarde lang niet altijd. 'Zij moeten commerciëler denken', zegt Mulder. 'Ngo's zijn vooral gericht op de impact van hun projecten. Het zijn geen zakenmensen. Ze hebben al snel het gevoel hun ziel te verkopen, als ze in zee gaan met investeerders. Dat geldt trouwens ook voor hun achterban van donateurs.'

Toch is de bereidheid commerciëler te werken 'verbazingwekkend groot', aldus Mulder. Om de natuurbeschermers te helpen, heeft IUCN met Nyenrode een programma van workshops opgezet. Deelnemers leren er hun projecten te verkopen. Later dit jaar maken ze een roadshow langs potentiële investeerders.

De Vereniging Nederlands Cultuur-

landschap (VNC) heeft Egbert Jaap Mooiweert afgevaardigd. Het project waarvoor hij investeerders probeert te interesseren draait om het oudste cultuurlandschap van Nederland: de Maasheggen. Dat is een landschap met karakteristieke hagen, houtwallen en knotbomen langs de randen van de akkers en weilanden.

'VNC wil dit landschap herstellen in Noord-Brabant en Gelderland', vertelt Mooiweert. De vereniging wil daarvoor een grondfonds oprichten. 'Met dat fonds gaan wij investeren in de aankoop van landbouwgrond om die daarna langjarig in pacht te geven. Voorwaarde is dan wel dat de pachters biologische landbouw bedrijven en langs de rand van hun percelen stroken vrijlaten voor hagen, bloemen en andere beplanting.'

In zijn pitch legt Mooiweert uitvoerig uit dat landbouwgrond doorgaans een vastrenderende waarde heeft, met inflatiegerelateerde inkomsten uit pacht.

Ook gaat hij in op de belastingvoordelen voor de geldschieter. Een helder verhaal, maar toch krijgt hij kritiek van zijn medecursisten en de aanwezige docenten. Zij vinden Mooiweert's verhaal te zakelijk.

'Vind je het zelf wel een leuk project?', vraagt cursist Laurien Holtjer van Sovon, die meer beelden van het heggelandschap had willen zien. Mooiweert antwoordt dat hij dit oorspronkelijk ook van plan was. 'Maar toen ik mijn verhaal eerder voor een investeerder hield zei hij: "Denk je dat ik het na twee plaatjes nog niet snap?"'

Een element waar alle deelnemers het moeilijk mee hebben is het maatschappelijk rendement van hun projecten. 'Dat blijft nog onderbelicht', merkt docent Erik Maier van Nyenrode op. 'De combinatie van goed doel en onderneming blijft moeilijk.' Hij geeft aan hoe de deelnemers dat in hun pitch toch voor elkaar kunnen krijgen: 'Wat is een mooi



Gerhard Mulder van IUCN, wereldwijde koepel van natuurorganisaties.



'Organisaties moeten de taal van bankiers leren spreken'

Haringvliet u waard? Die vraag is moeilijk te valideren, maar daarom hebben we er een investeringsplan op geplakt.'

Volgens Mulder van IUCN NL zal het in de toekomst makkelijker worden om de waarde van een ecosysteem als het Haringvliet in geld uit te drukken. Steeds meer bedrijven maken gebruik van een nieuwe boekhoudmethode, 'natural capital accounting', die dit in principe mogelijk maakt, maar nog in de kinderschoenen staat. 'Het wachten is op uni-

forme boekhoudregels hiervoor.'

Mooiweert van VNC heeft geen tijd om daarop te wachten. Hij, en de andere deelnemers aan de workshop, hebben hun pitches later op de dag mogen testen bij een jury van professionele investeerders. Droogzwemmen in een Dragon's Den. Met zijn bijgeschaafde verkoopverhaal lijkt Mooiweert nu de juiste aanpak te hebben. 'Ik kwam volgens de jury uiteindelijk als beste uit de bus van de voorgestelde initiatieven.'

Traditioneel landschap de Maasheggen bij Boxmeer.

FOTO: JORDI VAN OORT/VNC



'Bij de presentatie vroeg een investeerder: "Denk je dat ik het na twee plaatjes nog niet snap?"'