

VERSLAG DREMPELS EN MOTIVATOREN VERGROENING VAN BEDRIJFSTERREINEN

breek
ijzer



Een project met steun van het klimaatfonds de stad Antwerpen



1 Inleiding

In de eerste fase van het project 'Ecohubs Antwerpen', gefinancierd door Stad Antwerpen, werden de drempels en motivatoren onderzocht bij bedrijven om vergroening¹ op bedrijventerrein uit te voeren.

Hiervoor werd via drie kanalen informatie vergaard:

- via een online **bevraging** waarbij specifiek bedrijven werden getarget via LinkedIn, en via Facebook, waarbij via een advertentie gefocust werd op personen die bij bedrijven werken. In totaal vulden 31 bedrijven de bevraging in.
- een aantal bedrijven werden persoonlijk aangesproken via **cold calling** en eventuele overleggen die daarop volgden. Met 6 bedrijven werd een individueel gesprek aangegaan.
- Tot slot werd in de **literatuur** en op het **internet** gezocht naar informatie van eerdere projecten en inspirerende cases omtrent vergroening.

Het bereiken van bedrijven is niet altijd een evidentie. Het is van belang om bij contactname van bedrijven reeds een partner te hebben die een netwerk heeft binnen deze bedrijven. Samenwerken met de juiste partners is een belangrijke eerste stap om bedrijven te bereiken. Ook visibiliteit op sociale media zoals LinkedIn waar bedrijven actief zijn, is cruciaal.

Uit deze voorbereidende studie bleken enkele drempels en motivatoren. Deze worden hieronder opgesomd. Per drempel/motivator wordt eerst aangegeven wat ermee bedoeld wordt. Vervolgens wordt toegelicht hoe we de drempels kunnen verlagen of kunnen inspelen op een bepaalde motivator.

Dit verslag pretendeert niet een wetenschappelijke studie te zijn. Het is een verslag gebaseerd op basis van de ondervindingen uit dit kleinschalig onderzoek. De onderstaande resultaten dienen bijgevolg ook met die bril gelezen te worden.

De drempels en motivatoren zijn ook niet zomaar toepasbaar op elk bedrijf. Doorheen onze studie kwamen we verschillende soorten bedrijven tegen (projectontwikkelaars, eigenaars, huurders en concessiehouders ...) elk met hun eigen prioriteiten en drempels. Onderstaande lijst is een samenvatting van alle drempels en motivatoren die we tegenkwamen gerangschikt naar belang op basis van de bevraging en ondervinding uit de gesprekken en literatuur.

Met deze bevindingen zullen we zelf ook aan de slag gaan binnen het project 'Ecohubs Antwerpen'. Door het creëren van een tool waarmee we naar bedrijven kunnen gaan om een eerste kennismaking te maken met de potentiële vergroening op hun bedrijventerrein. Met deze tool zullen we sommige drempels proberen verlagen. Binnen dit project is het uiteraard niet mogelijk om alle drempels weg te werken.

¹ Wanneer we in dit rapport over 'vergroening' of 'groen' spreken, bedoelen we telkens ook 'blauwe' elementen. Vergroening gaat dus niet alleen over het bevorderen van planten, maar ook over ontharding en het aanleggen van waterelementen.

DREMPELS

Bedrijven ondervinden drempels op vlak van:

1. Motivatie en interesse

De allerbelangrijkste drempel en tegelijk de belangrijkste motivator is de af- of aanwezigheid van een sterke overtuiging om te vergroenen. Het gaat hier om een soort inherente motivatie om te vergroenen. Als binnen het bedrijf de juiste mensen - d.w.z. de mensen die hierover kunnen beslissen - overtuigd zijn om te vergroenen, dan zijn de meeste drempels overwinbaar.

Het vergroenen van een bedrijventerrein is echter voor veel bedrijven geen prioriteit. Het concept en de voordelen zijn te weinig gekend. Er zijn nochtans tal van voordelen op te sommen, maar de concrete winst die een bedrijf hiermee boekt is moeilijk exact te bepalen. Dit in tegenstelling tot het investeren in duurzame energie.

De motivatie kan daarenboven wel aanwezig zijn bij het personeel en niet bij het management of de personen die effectief de beslissing kan maken om te vergroenen.

Als de motivatie of interesse ontbreekt, gebeurt er niets. Het is dus zaak hierop in te zetten. Het sensibiliseren van bedrijven en werknemers via campagnes, specifiek gericht op bedrijven, is dan ook belangrijk om de geesten te rijpen. Het motiveren van bedrijven kan op verschillende manieren. De belangrijkste motivatoren lichten we onder 'motivatoren' toe. Enkele voorbeelden zijn:

- De positieve effecten voor het bedrijf en medewerkers
- Inspirerende verhalen en beelden van vergroeningen van koplopers helpen om twijfelaars over de streep te helpen.
- Motivatoren vanuit de persoonlijke sfeer

De mensen die in eerste instantie dienen overtuigd te worden zijn de mensen met de bevoegdheid om hier beslissingen over te maken.

Het kan soms zoeken zijn welke motivator(en) nu precies de belangrijkste zijn voor dat specifieke bedrijf. Dit is echter belangrijk om tot overtuiging en vervolgens tot een vergroening te komen.

2. Plaats

Bedrijfsterreinen zijn vaak beperkt in hun oppervlakte. Zomaar uitbreiden gaat niet. Ze zijn omgeven door andere bedrijven en de grond van een bedrijfsterrein is duur. Bijgevolg worden bedrijfsterreinen vaak zeer intensief gebruikt en is er weinig 'extra' ruimte. Een bedrijf ziet dan weinig mogelijkheid tot vergroening. Nochtans is er vaak wel ruimte voor toepassingen die het bedrijf zelf niet kent zoals groenslingers, groengevels. Ook het ontharden van gronden en vervangen door halfverharding hoeft geen extra ruimte in te nemen, denk maar aan een verharde klantenparking.

Een expert ziet vaak wel opportuniteiten waar een bedrijf dit niet ziet. Advies geven op maat van het bedrijf kan op die manier toch voor een vergroening zorgen.

3. Onderhoud

Ongeveer twee derde van de door ons bevroegde bedrijven gaf aan dat het groen op hun terrein door een externe organisatie wordt beheerd. Deze groenbeheerders werken via een raamcontract waar een bedrijf niet zomaar aanpassingen aan kan maken. Bovendien wordt zo'n raamcontract vaak centraal opgesteld (als het gaat om een filiaal van een bedrijf) waardoor de beheerder van dat specifieke terrein hier minder invloed op heeft.

Een andere onderhoudsgerelateerde drempel slaat op het idee dat groen meer onderhoud zou vergen. Terwijl ecologisch aangelegd groen weinig onderhoud vergt. Verder gaat bij verkoop van een bedrijventerrein de visie op onderhoud verloren, waardoor extensief onderhoud wordt aangepast naar intensief onderhoud, wat nadelig is voor de biodiversiteit.

Ook financieel speelt de vrees voor onderhoud een rol. Dit wordt verder besproken onder 'financieel'.

Het is van absoluut belang om ook de groenbeheerders (zowel in geval dit intern als extern gebeurt) als groenontwerpers mee te nemen in het verhaal. Een groenontwerper die de visie van ecologisch groen draagt, is een must. Onderhoudsarm en ecologisch beheer start al bij het ontwerp.

Een groenbeheerder moet, indien mogelijk, al van bij het ontwerp en aanleg mee in het overleg, zodat de visies omtrent beheer in dezelfde lijn liggen, om te voorkomen dat een bloemrijk grasland wordt bemest bijvoorbeeld.

Indien mogelijk zal een collectieve aanpak tussen bedrijven voordeliger zijn, hiervoor moeten bedrijven zich wel eerst organiseren.

Bij verkoop van een bedrijventerrein kunnen de beheerfiches met beheervisie van het groen meegenomen worden in het contract om te voorkomen dat het onderhoud geïntensiveerd wordt.

4. Veiligheid

Een bedrijfsterrein wordt vaak bewaakt door een omheining of camera's. Vergroening mag deze beveiliging niet in het gedrang brengen. Voorbeelden: Zichtassen van camera's mogen niet geblokkeerd worden, nachtlucht mag niet verminderd worden of de schokdraden van het veiligheidshekken mogen niet 'verbonden' worden door vegetatie. Ook met de wettelijk verplichte brandwegen moet rekening gehouden worden.

Het is aan de vergroener om deze nood aan veiligheid serieus te behandelen en samen met de verantwoordelijke voor beveiliging naar oplossingen te zoeken. Deze zijn vaak wel te vinden, maar vergen iets meer dialoog.

5. Eigendomsstructuur

Een groot deel van de bedrijven waarmee contact werd opgenomen zijn geen eigenaar, maar huurder van een terrein/gebouw/kantoor. Hierdoor hebben ze slechts beperkte inspraak over het terrein en is er geen motivatie om zelf vergroening uit te voeren, aangezien de potentiële investering voor de eigenaar is.

Bedrijven die met concessies werken voor hun terrein hebben iets meer zekerheid op lange termijn. Hier is een belangrijk aspect echter hoe lang die concessie nog loopt. Als de concessie bijvoorbeeld nog maar 5 jaar loopt, is een grootschalige vergroening niet meer renderend.

Om deze redenen is het bij vergroening en ontharding van bedrijventerreinen belangrijk om de verhuurder van het terrein mee te krijgen in het verhaal. Dit vergt een extra inspanning, aangezien pas bij het individueel aanspreken van het bedrijf de eigenaar van het terrein bekend wordt.

6. Financieel

Een commercieel bedrijf dient financieel gezond te zijn. Zoals hierboven al aangehaald, is het moeilijk om de financiële voordelen die uit een vergroening voortkomen exact te bepalen. Voor sommige bedrijven dient vergroening echter niet concreet op te brengen, maar bestaat de drempel vooral uit het niet kunnen inschatten van hoeveel zo'n vergroening zal kosten (zowel op korte als lange termijn). Een laatste financiële drempel is het vastliggen van de budgetten. Budgetten worden op voorhand opgemaakt en vaak is er weinig ruimte om plots onvoorziene, nieuwe kosten te financieren.

Om deze drempel te verlagen is het belangrijk om enerzijds een inschatting te geven van financiële voordelen van vergroening. Hiervoor kan inspiratie geput worden uit andere voorlopers en wetenschappelijk onderzoek.

Anderzijds moet aan een bedrijf een duidelijk en realistisch kostenplaatje voorgelegd kunnen worden. Een goede kennis van zaken en prijzen is hierbij onontbeerlijk.

Aan de laatste drempel kan tegemoetgekomen worden door bedrijven te overtuigen dat het benodigde budget kan gevonden worden in de bestaande budgetten. Zo is er vaak een budget voor veiligheid apart gezet. Vergroening kan die veiligheid ten goede komen. Zo kan een gemengde haag met doornen dienen als afsluiting. Ook zijn er budgetten om het welzijn voor medewerkers te verhogen. Dit kan eveneens aangesproken worden.

7. Technische kennis

Een bedrijf beschikt zelden over de technische kennis om hun bedrijfsterrein te vergroenen. Slechts in enkele gevallen start het bedrijf zelf de vergroening. Organisaties die bedrijven hierin ondersteunen zijn ook nog te onbekend.

Uit dit gebrek aan (technische) kennis stammen echter verschillende andere drempels. Een bedrijf kent vaak verticale, grondgebonden vergroening niet en ziet daarom geen plaats. Of ze maken de veronderstelling dat dit zeer duur moet zijn waardoor afgehaakt wordt.

Het is een duidelijke opdracht voor organisaties die zich bezighouden met vergroening van bedrijfsterreinen om zich bekender te maken en beter in de markt te plaatsen. Op die manier vindt een bedrijf die organisaties gemakkelijker en wordt ook deze drempel verlaagd.

Bovendien moet een degelijk overzicht geboden worden van wat er allemaal kan. Dit overzicht dient in te spelen op de belangrijkste drempels die hierboven werden vernoemd.

8. Vervuiling van grond

Een handvol bedrijven gaven aan dat ze vermoeden dat hun gronden vervuild zullen zijn. Bij grootschaligere werken moet een vergunning worden aangevraagd en bestaat de angst dat hieruit zal blijken dat de gronden moeten gesaneerd worden. Dit betekent dan een grote, onvoorziene kost voor bedrijven. Bodemverontreiniging is een thema waarvan we de ernst lang onderschat hebben, maar waar we niet om heen kunnen.

Er kan aangegeven worden aan het bedrijf dat de grond - indien vervuild - vroeg of laat sowieso moet gesaneerd worden. De voordelen hiervan moeten ook duidelijk genoeg gemaakt worden (hogere grondwaarde). Er wordt beter vandaag dan morgen in kaart gebracht waar sanering nodig is.

9. Imago

Een bedrijf heeft een bepaald imago dat bestaat bij de buitenwereld, burens, andere bedrijven, personeel en klanten. Een bedrijfsterrein is hier een deel van. Dit imago kan zowel als motivator gelden als drempel. Een bedrijf dat in zijn waardeketen niet duurzaam handelt heeft de angst om van greenwashing beticht te worden als ze hun bedrijfsterrein zouden vergroenen.

Ook speelt het buurtimago voor een groot stuk mee. Het kan als een grote stap aanvoelen om als eerste bedrijf een vergroening te realiseren op een bedrijventerrein. Indien al andere bedrijven en organisaties in de omgeving een groen bedrijventerrein hebben, zal deze drempel minder hoog zijn.

De juiste communicatie is hier het antwoord. Het zichtbaar maken van koplopers kan deze drempel verkleinen. Succesvolle voorbeelden maken van groene bedrijventerreinen het nieuwe normaal. Ook is hier een potentiële belangrijke rol weggelegd voor een bedrijventerreinenbeheerder die bedrijven op een site kan stimuleren te vergroenen.

10. Angst voor een 'slordig' beeld.

Enkele bedrijven haalden aan in het verleden reeds een vergroening gerealiseerd te hebben, maar deze werd terug verwijderd aangezien men klachten kreeg van huurders, personeel of omwonenden dat het groen er 'slordig' uit zag. Een bedrijf kan schrik hebben voor het aanleggen van een ecologische, wilde zone of een bloemenweide omdat dit als 'vuil' of als bron van 'onkruid' kan beschouwd worden. Dit dient natuurlijk te allen tijde voorkomen te worden. Groen heeft namelijk tijd nodig om te ontwikkelen tot iets waardevols. Als alles weer wordt weggehaald, wordt weer gestart van nul.

Aan deze drempel kan worden gewerkt door een realistisch eindbeeld van de vergroening weer te geven op het ontwerp: een realistische bloemenweide, een volwassen boom met een dode tak, een vijver met eendenkroos, etc. Er dient ook ingezet worden op communicatie zowel naar de beslissers zodat zij dit beeld mee kunnen verdedigen, maar evengoed het management, personeel en de buurt. Betrek de verschillende doelgroepen van het begin bij het proces om hun als 'ambassadeurs' mee te hebben in het verhaal. Eén van de succesfactoren is het betrekken van de omgeving in een vergroening. Betrek dus de buurt, maak een infobord aan de ingang van het bedrijventerrein met het ontwerp en referentiebeelden. Communicatie en wederzijdse dialoog kunnen misverstanden verhelpen en ervoor zorgen dat beide partijen elkaar beter begrijpen.

Vaak met kleine ingrepen kan dit 'slordig' beeld ook worden verholpen (zoals het kort houden van gras aan weerszijden van een pad i.p.v. alles spontaan te laten ontwikkelen).

11. Schrik voor verlies van gronden op lange termijn

Deze drempel wordt specifiek aangehaald indien een groot deel van een terrein of een volledig perceel wordt vergroend. Als er zeldzame soorten op het terrein zouden verschijnen of een bos, is het moeilijker om dit zomaar terug te exploiteren en bebouwen. Deze grond is echter duur en een bedrijf wil deze grond behouden voor als ze op termijn moeten uitbreiden.

Zoals in Nederland bestaat er in Vlaanderen een wetgeving rond tijdelijke natuur. Als deze wordt aangevraagd dan garandeert dit de bescherming als bouwgrond op lange termijn. Dit geldt echter niet voor bossen, hierbij komen bijkomende verplichtingen. Van zodra zich een 'bosatmosfeer', ondergroei en kroonsluiting van 30%, heeft gevormd, valt het onder het bosdecreet. Voor spontane bebossing, dus geen aangeplant bos, jonger dan 22 jaar is er wel een vrijstelling op de compensatieplicht, wat maakt dat er dus ook makkelijk weer ontbost kan worden.

12. Wetgeving en vergunningen

Wetgevingen en vergunningen kunnen een vergroening soms zeer moeilijk maken. Deze drempel kan zowel een initiële drempel zijn die het bedrijf tegenhoudt om tot (verdere) vergroening over te gaan als een drempel die pas later in het proces - na de beslissing om te vergroenen - opduikt. Het is niet altijd duidelijk op voorhand welke vergunningen er noodzakelijk zijn. Soms wordt een vergroening door een gemeente ook gebruikt als opportuniteit om andere maatregelen zoals grondwerken en brandveiligheid aan te pakken. Dit maakt de procedure voor een bedrijf langer en

omslachtiger dan op voorhand verwacht. Er werden ons eveneens gevallen gemeld van steden die open, groene ingerichte ruimte op bedrijventerreinen belastten als 'onontwikkeld terrein'.

Een goede kennis van de geldende vergunningen en wetgeving zijn hierbij cruciaal als drempelverlagende factor. Het opmaken van een administratief stappenplan zou hier kunnen helpen om de bomen door het bos te zien.

13. Tijdsinvestering

Er komen heel wat zaken kijken bij een vergroening. Verschillende partijen moeten betrokken worden en er is technische en organisatorische kennis voor nodig. Daarvoor is een trekkende rol noodzakelijk en dit vergt tijd. Tijd die een bedrijf veelal niet heeft. Een vergroening komt dus niet van de grond omdat niemand zich hieraan kan zetten.

Een externe organisatie kan die drempel doen verlagen. Veelal zal het een externe, gespecialiseerde organisatie minder tijd kosten om zo'n vergroening te voltrekken omdat zij geroutineerder zijn. Bovendien hebben zij in house kennis waardoor het proces sneller kan verlopen.

14. Ongedierte

Het aanleggen van groen op bedrijventerreinen van farmaceutische en voedingsbedrijven kan vaak op weerstand stuiten. Deze bedrijven krijgen controles op vlak van voedselveiligheid waarbij ongedierte natuurlijk een negatieve impact heeft. Concreet zijn er geen wetenschappelijke studies terug te vinden die bedrijventerreinen met of zonder groen vergelijken op aanwezigheid van ongedierte. Mogelijks is deze bezorgdheid dus niet gegrond.

Om het bedrijf te overtuigen kan hieraan aandacht besteed worden door bij het gebouw één meter breed aan gazonbeheer te doen. Verder is het noodzakelijk om deze drempel te onderzoeken.

MOTIVATOREN

De motivatoren om te gaan vergroenen op een bedrijfsterrein zijn vaak ook de directe en indirecte voordelen die groen ons leveren in de bebouwde omgeving. Net zoals de drempels zijn de motivatoren een opsomming in dalend belang zoals aangeven via de bevraging en gesprekken met bedrijven.

1. Imago

Zoals eerder aangehaald is het imago een belangrijke drijfveer voor een bedrijf, die zowel een motivator als een drempel kan vormen om te vergroenen.

Een modern bedrijf wil dat zijn imago overeenstemt met de visie van het bedrijf. Dit imago manifesteert zich op verschillende vlakken, waarvan het uitzicht van het bedrijventerrein en de gebouwen er één van is.

Die uitstraling is belangrijk voor klanten, maar evengoed voor huidige en toekomstige werknemers.

Op deze motivator kan je inspelen door andere koplopers aan te halen, door bedrijfsleiders te doen stilstaan bij hun imago en het draagvlak bij klanten en werknemers te vergroten.

2. Welzijn personeel

De voordelen van groen voor werknemers zijn velerlei. In het algemeen zorgt groen voor beter mentaal en fysiek welzijn bij het personeel.

- Werknemers ondervinden minder stress in een groene omgeving. Kijkgroen heeft een significante impact op het stressniveau. Kijkgroen is groen waarop uitgekeken wordt vanaf de werkplek. Dat kan binnen en buiten zijn.
- Het zet hun aan om meer te bewegen waardoor ze beter presteren.
- Werknemers ondervinden betere werkomstandigheden en kennen een lager ziekteverzuim.
- Door gerichte vergroening ervaart het personeel minder hittestress.
- Vergroening faciliteert een aangenaam werkklimaat.
- Werknemers die betrokken worden in het beheer van de groene elementen tonen zelfs een grotere betrokkenheid en toewijding naar het bedrijf toe.

Op deze motivator kan je inzetten via het personeel zelf. Hen betrekken bij de vergroening zorgt ervoor dat er een breed draagvlak ontstaat voor de vergroening. Het zijn per slot van rekening zij die er elke dag mee zullen worden geconfronteerd. Ook de vakbonden, HR en de preventieadviseur kunnen relevante doelgroepen zijn voor deze boodschap.

3. Bedrijfszekerheid en klimaat

Door klimaatsverandering doen zich meer extreme weerpatronen voor, zoals meer en langere hittegolven en hevige neerslag. Deze gevolgen van klimaatverandering hebben een impact op de bedrijfsvoering van een bedrijf en kan deze beïnvloeden of zelf stilleggen. Door te investeren in klimaatadaptieve maatregelen, zoals vergroening, op het terrein kunnen deze gevolgen deels gemitigeerd worden. Enkele voorbeelden hoe vergroening bedrijfszekerheid deels kan beschermen:

- Ontharding laat water insijpelen waardoor er minder kans op overstroming is. Ontharding zorgt ook voor minder oververhitte parkeerplaatsen
- Groendaken kunnen als isolator werken waardoor het in de zomer koeler blijft. Dit helpt tegen oververhitte machines en werkruimtes, waardoor minder behoefte is aan koeling en ook energie bespaard wordt.
- Bladverliezende groengevels kunnen - als ze voor ramen worden gezet - in de zomer zorgen voor afkoeling binnen in het gebouw en in de winter toch voldoende licht doorlaten.

Inzetten op deze motivator bestaat uit het duidelijk maken aan de relevante personen van deze voordelen van vergroening.

4. Biodiversiteit

Een vergroening van bedrijfsterreinen kan natuurlijk zeer veel voordelen opleveren voor de biodiversiteit als dit beredeneerd gebeurt. Voor een effectieve biodiversiteitsverhoging moet rekening gehouden worden met verschillende factoren zoals:

- Vertrekkende vanuit het bestaande groen en biodiversiteit
- Het gebruik van inheemse soorten die ook in de omgeving aanwezig zijn
- Het inpassen van het groen in het landschap
- Extensief onderhoud op lange termijn
- Rekening houdend met de aanwezige drukken op het terrein (vervuiling, licht, geluidsoverlast, vertrapping, etc.)

Groene bedrijfsterreinen kunnen als *stepping stone* fungeren voor soorten tussen twee natuurgebieden.

Een bedrijf heeft hier echter geen rechtstreeks voordeel aan. Deze motivator is dan ook een externe motivator die enkel bij een deel intrinsiek overtuigde mensen zal aanslaan.

Deze intrinsieke overtuiging is iets dat langzaam ontwikkelt en vanuit verschillende kanten komt. Desalniettemin is het van groot belang om als adviseur hiernaar te streven. Inzetten op deze motivator bestaat uit het duidelijk maken van het belang van biodiversiteit en de voordelen voor biodiversiteit van vergroening.

5. Wetgeving en beleid

Wetgeving en beleid kan als motivator dienen als het om een opgelegde vraag gaat van hogeraf. Deze extrinsieke motivator kan van de (lokale) overheid komen of van het hoofdkantoor van een bedrijfsfiliaal.

Het spreekt voor zich dat een dergelijke verplichting het één en ander kan teweegbrengen. Er dient wel genuanceerd te worden dat dit een extrinsieke motivator is en dus niet per se gedragen door het bedrijf of de medewerkers zelf. Desalniettemin kan het een eerste stap zijn die leidt tot een uitgebreider duurzaamheidsstraject.

6. Financieel

Vergroening heeft een aantal financiële voordelen. Ze zijn op te splitsen in indirecte inkomsten, vermeden kosten en directe inkomsten:

Indirecte inkomsten:

- Een groene uitstraling én groene prestaties zijn een steeds nadrukkelijker keuzemotief van klanten en investeerders.. Op de lange termijn zorgt een groen imago dus voor meer inkomsten.
- Een groen bedrijf trekt ook nieuwe medewerkers aan en bevordert het welzijn van het personeel. Zoals hierboven toegelicht zorgt dit voor een hogere productiviteit en sterkere betrokkenheid. Dit komt het bedrijf financieel ten goede.
- Een groen bedrijfsterrein zorgt op lange termijn voor een stijging in de waarde van het vastgoed. Voor bedrijven die het terrein in eigendom hebben, is dit interessant. Alsook voor ontwikkelaars en eigenaars van terreinen.

Deze indirecte inkomsten zijn vaak echter moeilijk in concrete cijfers uit te drukken. Ook een deel van de financiële voordelen renderen pas op lange termijn. Dit maakt het moeilijk om ze ook als concrete motivator naar voor te schuiven. Toch bestaan er studies die een externe expert kan aangeven. Zo stijgt de vastgoedwaarde gemiddeld tussen 4 en 15% wanneer er meer groen en bomen aanwezig zijn. Ook bestaan er modellen om kwalitatieve en kwantitatieve baten te begroten van een groen project (vb. Nature Smart Cities Business Model).

Vermeden kosten:

- Ecologisch ingericht groen, vergt in de meeste gevallen weinig onderhoud. Waar een gazon 1 keer per week wordt gemaaid in de zomer, vergt een extensief grasland slechts 2 maaibeurten op een jaar.
- Groen is een klimaatadaptieve maatregel. Zo kan waterschade door overstroming vermeden worden en is er minder nood aan verkoeling. Eén boom vervangt al gauw vijf werkende airco's. Een vijver aanleggen kan ook helpen om als waterreservoir te gebruiken voor andere processen. Op die manier wordt de kost van kraantjeswater beperkt.
- Groen en ook zicht op groen heeft een significante impact op het stressniveau van het personeel. Werknemers ondervinden minder stress in een groene omgeving en gaan tijdens de pauze meer bewegen. Hierdoor voelt het personeel zich beter en daalt het ziekteverzuim van zowel mentale als fysieke ziekte.

- Bouwmaterialen zijn duur, door minder infrastructuur aan te leggen en preventief te kiezen voor een ontharde groene ruimte betekent dit minder kosten.

Deze vermeden kosten kunnen potentieel heel significant zijn (zoals de vermeden kost van overstromingen), maar kunnen tegelijk ook zeer onzeker zijn en moeilijk te berekenen. Sommige vermeden kosten zijn echter wel zeer goed te voorspellen. Zoals de vermeden kost van intensief onderhoud.

Directe inkomsten:

- Er bestaan enkele subsidies die vergroening op bedrijfsterreinen subsidiëren. De klimaatpremie van de stad Antwerpen is er één van. Deze subsidies kunnen ervoor zorgen dat de kost voor het bedrijf een stuk lager komt te liggen. Uit de bevraging bleken dergelijke subsidies vooral een belangrijke motivator voor bedrijven die nog geen vergroening achter de rug hadden. Bedrijven die reeds eerder vergroenden, vonden dit minder belangrijk.
- Voor grote ontwikkelaars van bedrijfsterreinen is het duurzaam karakter een must om het terrein op lange termijn verkoopbaar te maken. Vergroening is daarbij een essentieel aspect. Het behalen van bepaalde certificaten zoals het BREEAM-label, is van belang om toekomstige investeerders aan te trekken. Zonder het certificaat is de kans kleiner dat het project verkocht of verhuurd geraakt.

Deze directe inkomsten zijn belangrijk om aan te halen. Subsidies zullen echter zelden overtuigend zijn aangezien ze vaak maar een deel van de investering bekostigen en niet het onderhoud op langere termijn voorzien.

7. Overtuiging vanuit persoonlijke leefwereld

Elke werknemers van een bedrijf heeft een eigen achtergrond en context. Soms komt de overtuiging om te vergroenen vanuit de persoonlijke leefsfeer of overtuiging van de werknemers zelf. Voorbeelden die we tegenkwamen waren bijvoorbeeld een dochter van de algemeen directeur die heel sterk overtuigd is van vergroening en haar vader zo ook overtuigde. Een ander voorbeeld was een algemeen directeur die in een streek woont waar het geregeld overstroomt en daarom wou ontharden.

Die persoonlijke motivatoren zijn echter moeilijk te stimuleren. Desalniettemin kan hier wel naar gepolst worden of op ingespeeld worden door te vragen naar de persoonlijke leefwereld bij een gesprek.

SUCCESSFACTOREN

Uit het vooronderzoek bleken ook een aantal succesfactoren die voor een duurzaam resultaat zorgen. Inzetten op deze succesfactoren doorheen het proces zorgt voor de beste resultaten.

- werk samen met (lokale) organisaties die inhoudelijke expertise hebben.
 - o ontzorgend
 - o financieel efficiënter
 - o impactvoller
- werk samen met andere bedrijven in de omgeving
 - o financieel efficiënter
 - o impactvoller
- betrek iedereen binnen het bedrijf
 - o arbeiders, bedienden, ondersteunend personeel, groenbeheerders, veiligheidsverantwoordelijke, vertegenwoordigers én managementteam
- Ondersteun de natuurelementen op lange termijn
 - o Ecologisch aangelegde elementen vergen een extensief beheer wat zorgt voor een laag onderhoudskostenplaatje.
 - o werk het onderhoud van de natuurelementen in het beleid
 - o zorg voor opvolging in de budgetten
- werk samen met een goede ontwerpers en aannemers
 - o ontwerper
 - inspelen op noden van iedereen
 - rekening houden met omgeving (inheems en biodivers)
 - o aannemer
 - kan ecologisch beheren (geen pesticiden, kan bomen degelijk snoeien indien nodig, ...)
 - bereidheid om ecologisch te beheren
- Hou rekening met de omgeving
 - o Buren
 - o Omliggend groen (tracht te verbinden, zelfde soorten ...)
- Communiceer over de vergroening en natuurelementen
 - o Zowel naar de omgeving
 - o Als naar het personeel
- Creëer een realistisch beeld van hoe een vergroening er op lange termijn uitziet. Ecologisch beheerd groen wordt door sommigen als 'vuil' en 'slordig' gezien. Tracht tot een ontwerp te komen waar iedereen zich ook op de lange termijn achter kan scharen. Tracht mensen te overtuigen van het feit dat zo'n slordig eindbeeld net zeer goed is voor dieren en planten en de biodiversiteit.
- Besef dat een vergroening meer is dan een vergroening. Het gaat vaak gepaard met een gedragsverandering op verschillende vlakken. Er wordt bewuster omgegaan met het welzijn van medewerkers, klanten appreciëren het groen en vragen verder naar het duurzaamheidsverhaal van het bedrijf, etc.

BELEIDSAANBEVELING

EN

Uit ons onderzoek volgen een paar zaken waar overheden kunnen op inzetten om de drempels te verlagen:

- Zoals aangehaald zijn vergunningen een belangrijke drempel en motivator. Overheden kunnen hier sterk op inzetten.
 - o Zorg voor een vergunningslandschap dat vergroening stimuleert en niet afstraft. Het gaat dan over het opleggen van voorwaarden en lasten in vergunningen. Als voorbeeld, het opleggen van een voorwaarde voor de aanleg van een minimale oppervlakte groen, bij de goedkeuring van een project. Dit is een reactief instrument. Beter is om in te zetten op nog andere instrumenten, die nog voor de vergunningsaanvraag komen zoals de Stedelijke Ontwikkelingskost (SOK).
 - o Zorg bovendien voor een goed een eenvoudig overzicht van de nodige vergunningen en procedures
- Geef als stad of gemeente het goede voorbeeld door zelf klimaatadaptieve maatregelen te treffen:
 - o in de openbare ruimte rond bedrijventerreinen. Steden hebben grote stukken van bedrijfszones of andere openbare ruimtes rond gebouwen in handen. Hierover kunnen zij zelf beslissen.
 - o Steden zoals Antwerpen hebben hun eigen ontwikkelingsorganisatie. Zij verhuren aan zeer veel bedrijven. Deze organisaties leggen momenteel zelf amper eisen op aan de huurder en concessiehouders rond vergroening.
 - o Bescherm aanwezig groen in bedrijfszones. Tijdens het project werd duidelijk dat in een bedrijfszone ontbost wordt door de gemeente terwijl er tegelijk wordt aangedrongen om te vergroenen. Dit creëert een tegenstrijdig beeld. Een duidelijke visie is hier noodzakelijk.
- Verplicht parkmanagement van bedrijfszones zoals in Nederland. Deze overkoepelende organisatie kan collectief de bedrijven in de bedrijfszone opvolgen en aansporen/verplichten om vergroening en andere thema's aan te pakken.
- Op de woningmarkt heersen er regels waar verhuurders aan moeten voldoen om te mogen verhuren. Installeer dit ook op vlak van verhuurder van bedrijventerreinen en meer specifiek op vlak van vergroening.
- Zorg voor ontzorging van bedrijven²
 - o Ontwikkel zelf een equipe aan adviseurs die specifiek bedrijven targeten en begeleiden in een vergroening of stimuleer financieel of administratief andere organisaties om dit te doen.
 - o werk een platform uit voor bedrijven waarin motivatoren naar voor gesteld worden zoals de voordelen en andere koplopers en tegelijk informatie te vinden is hoe een bedrijf aan een vergroening kan starten of promoot en ondersteun bestaande platformen.

² Green Deal Bedrijven en Biodiversiteit liep van 2018 tot 2021 en nam deze ontzorgende rol op zich bij bedrijven. Een vervolg traject wordt nog bekeken.

- Het inventariseren van de betrokken partijen, zoals de terreinuitbater, bedrijven, werknemers overheid, ondernemingsvereniging ... zijn belangrijk. Hierin kunnen overheden een centrale rol spelen.