

LEDENWERVING IN ONZE NATUURGEBIEDEN

HANDBOEK WERVING



Welkom in het handboek werving

Dit handboek helpt alle medewerkers en vrijwilligers van Natuurmonumenten hun weg te vinden in werving van leden voor Natuurmonumenten en OERRR. Het is gericht op werving in en om de natuurgebieden door bezoekerscentra en beheereenheden.

Alle beschikbare informatie van intranet is verwerkt in dit document. Jaarlijks werken we het handboek bij, dus de informatie is altijd actueel en bruikbaar.

HET NUT VAN HET HANDBOEK WERVING

Je weet:

- waarom je leden voor Natuurmonumenten en OERRR werft
- hoe je leden kunt werven
- hoe je collega's en vrijwilligers hiervoor kunt interesseren en inzetten
- hoe de administratieve afhandeling van nieuwe leden gaat

Heb je vragen?

Stel je vraag eerst aan de beheerder van het bezoekerscentrum of in een beheereenheid aan de boswachter Communicatie en Beleven. Je kunt je vraag ook stellen aan onderstaande collega's:

Leden Natuurmonumenten

Femke van Welsenens | f.vanwelsenens@natuurmonumenten.nl

Leden van OERRR

Rinia Willemse | r.willemse@natuurmonumenten.nl

Activiteiten en evenementen

Jakko Mur | j.mur@natuurmonumenten.nl

Team Producties

producties@natuurmonumenten.nl

Werving in de gebieden en wervingstoolkit

Marjolein van der Linden | m.vanderlinden@natuurmonumenten.nl

Werving bedrijfssupporters

Estrild Meulenkamp / Marianne Been | bedrijfssponsoring@natuurmonumenten.nl

Administratie en verwerking in KIM

Ledenservice Wilco Jager | w.jager@natuurmonumenten.nl

Maandrapportages Dennis de Vreugt | d.devreugt@natuurmonumenten.nl

Veel succes en plezier met werven!



INHOUD

BIJLAGEN



In dit Handboek Werving vind je tips en praktijkvoorbeelden van collega's. Deze zijn te herkennen aan dit kader.



WAAROM LEDENWERVING?

Voor een vereniging als Natuurmonumenten is een grote achterban van leden heel belangrijk om de natuur te kunnen blijven beschermen. Het werven van leden van Natuurmonumenten en OERRR is juist nú hard nodig en kan het beste in onze natuurgebieden. Hier lees je waarom.



WAAROM LEDENWERVING

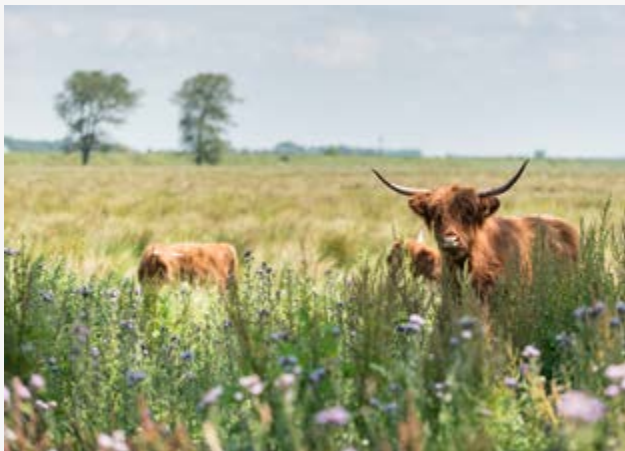
Hoofdreden werving: bescherming van de natuur

Natuurmonumenten is een vereniging met leden; een beweging door en voor mensen met hart voor de natuur. Met elkaar beschermen we natuurgebieden, landschappen en cultureel erfgoed, zodat dit voor de toekomst behouden blijft. Samen stellen we de natuur veilig zodat niet alleen de huidige maar ook toekomstige generaties kunnen genieten van de mooie natuur in Nederland. En we zorgen ervoor dat planten en dieren blijven voortbestaan. Alleen als je een natuurbeschermmer als Natuurmonumenten steunt, help je mee de natuur te beschermen.

En dat is hard nodig, want Nederland bestaat voor minder dan 15% uit natuur. Dit is het een-na-laagste percentage van Europa. Alle reden om de natuur te beschermen!

Waarom werven voor OERRR?

Natuur en kinderen zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. Kinderen hebben de natuur nodig om zicht te ontwikkelen, te genieten, te leren en vrij te zijn. OERRR laat kinderen onvergetelijke momenten beleven in de natuur: ravotten, beestjes zoeken, vies worden, bomen klimmen. Die momenten hebben impact op de rest van hun leven en dragen bij aan respect en bewustwording voor de natuur. Zo zijn kinderen de natuurbeschermers van nu en van de toekomst.



Werven voor natuurgebieden en landschappen



Werven voor cultureel erfgoed



Werven voor OERRR

WAAROM LEDENWERVING

Waarom juist nú werven?

- Er zijn veel oudere mensen lid van Natuurmonumenten: de gemiddelde leeftijd van de leden is 62 jaar.
- De uitstroom van leden is groter dan de instroom van nieuwe leden. Het overlijden van een lid is de grootste niet-beïnvloedbare reden voor opzegging van het lidmaatschap. Voor de natuur willen we groot blijven met nieuwe en jongere leden.
- Natuurmonumenten streeft naar een stabiele achterban van minimaal 700.000 leden. Hoe groter de groep mensen die bijdraagt aan de bescherming van natuur, hoe meer kracht Natuurmonumenten heeft om op te komen voor deze natuurgebieden, landschappen en cultureel erfgoed. Een grote achterban:
 - geeft invloed in politiek Den Haag (beleidsbeïnvloeding)
 - geeft meer inkomsten om de natuur te beschermen
 - maakt de stem van de natuur groter in overleggen met gemeenten, de landbouwsector, etc.

- Subsidie-inkomsten voor het onderhoud van de natuur zijn onzeker voor de toekomst en ontoereikend om de kosten te dekken. Leden dragen structureel bij aan de inkomsten voor natuurbescherming.

Waarom werven in onze natuurgebieden?

Bezoekers hebben in onze gebieden een prachtige natuurbeleving. Uit cijfers blijkt dat werving tijdens dit moment het meest succesvol is. Oftewel als onze bezoekers een mooie ervaring hebben in de natuur, dan voelen ze zich meer verbonden en willen ze deze natuur graag beschermen. **Leden die geworven zijn in een natuurgebied blijven langer lid** dan leden die zijn geworven via andere kanalen. Daarom is het essentieel dat ieder contactmoment met de bezoeker gebruikt wordt om mensen de kans te geven daadwerkelijk mee te doen met natuurbescherming.

De natuur is er voor jou, ben jij er voor de natuur?

Het is onze gezamenlijke verantwoordelijkheid! De natuur kan niet voor zichzelf opkomen. We zullen dit met elkaar moeten doen. Jij vervult als medewerker of vrijwilliger van Natuurmonumenten een belangrijke rol, omdat je direct contact hebt met bezoekers in onze natuurgebieden.



Onze leden: 55+



Onze leden: gezinnen



Onze leden: kinderen

WAT HOUDT HET LIDMAATSCHAP IN?

Als je leden gaat werven kun je verschillende argumenten gebruiken om mensen enthousiast te maken of te overtuigen. Het is belangrijk dat je weet wat het lidmaatschap van Natuurmonumenten of van OERRR inhoudt. In dit hoofdstuk vind je antwoord op vragen die je zoal kunt verwachten.



WAT HOUDT HET LIDMAATSCHAP IN?

Het lidmaatschap van Natuurmonumenten

A WAAROM ZOU IK LID WORDEN?

- *De natuur geeft jou:*
 - ruimte, rust en vrijheid
 - grenzeloze ontdekkingen
 - wandelen, fietsen, frisse lucht
- *De natuur heeft jou nodig:*
 - voor bescherming van bos tot achtertuin
 - als vrijwilliger, donateur of lid
 - en verdient jouw steun
- *En daarom Natuurmonumenten:*
 - voor de mooiste plekjes
 - voor meer groen, ook bij de stad
 - om op te komen voor de natuur in Nederland

Dankzij de bijdrage van leden kan Natuurmonumenten:

- bestaande natuurgebieden beschermen en veiligstellen voor de toekomst
- nieuwe natuur aankopen
- meer ruimte bieden aan planten en dieren
- meer groen bij steden realiseren
- recreatiemogelijkheden als wandelpaden onderhouden en aanleggen natuurspeelplaatsen
- bijzondere landschappen behouden
- cultureel erfgoed behouden, zoals landhuizen
- meer volwassenen, kinderen én de politiek bewust maken van het belang van de natuur en hen betrekken bij natuurbescherming

B WAT KOST HET NATUURMONUMENTEN-LIDMAATSCHAP?

- De minimale bijdrage is €2,75 per maand of €30,00 per jaar. Dit is een minimale bijdrage, dus attendeer de bezoeker altijd op een hoger bedrag.
- Men kan kiezen voor een maand- of een jaarbetaling. Een maandbetaling gaat altijd via automatische incasso. Bij een jaarbetaling kiest men tussen automatische incasso of acceptgiro. De voorkeur gaat uit naar automatische incasso, omdat dit minder administratiekosten met zich meebrengt en er dus meer geld naar de natuur gaat.
- Als je leden werft via het webformulier is alleen automatische incasso mogelijk. Op de papieren antwoordkaart kun je wel voorkeur voor acceptgiro aanvinken (alleen mogelijk bij jaarbetaling). Laat niet contant betalen. Dit geeft een enorme administratieve rompslomp.

Wat is een lid? Wat is een donateur?

- Een lid van Natuurmonumenten of OERRR is iemand die bijdraagt aan de bescherming van de natuur met een structurele financiële bijdrage.
- Een donateur is iemand die financieel bijdraagt aan de natuur, zonder de voordelen van het lidmaatschap.



Zoek samen met andere ledenwervers uit je beheereenheid naar aansprekende voorbeelden die laten zien wat Natuurmonumenten doet dankzij haar leden. Hoe concreter hoe beter. Bijvoorbeeld tunnels maken voor de otter, bloemrijk grasland aanleggen voor de vlinders, het waterpeil verhogen voor de grutto, etc.

WAT HOUDT HET LIDMAATSCHAP IN?

C VOOR WIE GELDT HET NATUURMONUMENTEN-LIDMAATSCHAP?

Het lidmaatschap staat op naam van degene die het afsluit. Voor de telling van de achterban geldt dan vanaf 1 januari 2019 elk lidmaatschap staat voor 1 persoon.

D WAT KRIJG JE ALS NATUURMONUMENTEN-LID?

- Een goed gevoel als natuurbeschermmer
- Als welkomstcadeau het boek *Beleef de natuur* met 80 verrassende tochten.
- Elk seizoen het blad *Puur Natuur* vol interessante informatie over natuur en de activiteiten die je kunt ondernemen.
- Het hele jaar door ledenkorting op activiteiten, winkelartikelen en speciale aanbiedingen.

- Eventueel kun je een extra welkomstcadeau (premium) inzetten om het werven te vergemakkelijken (zie welkomstcadeau op deze pagina).
- Als je het welkomstcadeau direct vanuit de beheer-eenheid of bezoekerscentrum meegeeft, kun je het aanvullen met lokale folders, een activiteitenflyer, etc.
- Het nieuwe lid geef je een tijdelijke ledenpas mee. Deze is geldig totdat hij de definitieve ledenpas per post heeft ontvangen.

E HOE LANG LOOPT HET LIDMAATSCHAP VAN NATUURMONUMENTEN?

- Het Natuurmonumentenlidmaatschap loopt per kalenderjaar, dus van 1 januari t/m 31 december. Dit heeft te maken met het intern kunnen stroomlijnen van de administratieve processen.

- Als een nieuw lid voor jaarbetaling kiest, geldt:
 - bij start tussen 1 september t/m 31 december, loopt het lidmaatschap t/m 31 december van het **volgende** jaar (diegene is dus meer dan een jaar lid voor de prijs van het jaarbedrag).
 - bij start vóór 1 september, loopt het lidmaatschap t/m 31 december in **datzelfde** jaar (diegene is dus minder dan een jaar lid voor het volle jaarbedrag).
- Zonder tegenbericht wordt het Natuurmonumentenlidmaatschap automatisch elk jaar verlengd.
- Als iemand lid wordt en voor maandbetaling kiest, start het lidmaatschap op de eerste dag van de volgende maand. Bij maandbetaling geldt dat het lidmaatschap per direct kan worden beëindigd en loopt deze niet door tot 31 december van het betreffende jaar.
- Opzeggen van het lidmaatschap kan via de Leden-service, telefoon (035) 655 99 11 of via de website: natuurmonumenten.nl/contact.



Welkomstcadeau *Beleef de natuur*



Elk seizoen *Puur Natuur* in de bus



Het jaarlidmaatschap geeft in september een extra kans om nog makkelijker leden te werven. Mensen worden in september 15 maanden lid voor de prijs van 12 maanden! Een ideale kans om een najaarsklapper te maken in de werving en je doelstelling te halen.

WAT HOUDT HET LIDMAATSCHAP IN?

Het lidmaatschap van OERRR

A WAAROM OERRR VOOR MIJN KIND?

OERRR stimuleert kinderen om buiten avonturen te beleven: ravotten, beestjes zoeken, vies worden, bomen klimmen, ...

- *De natuur geeft kinderen:*
 - vrijheid en avontuur
 - een speeltuin zonder grenzen
 - de wereld van OERRR
- *De natuur voor later:*
 - moeten we nu behouden en beschermen
 - verdient vandaag onze stem
 - is een garantie voor de toekomst
- *Daarom is OERRR:*
 - waar we samen buiten spelen
 - waar we samen voor zorgen
 - van en voor alle kinderen, nu en later

B WAT KOST HET LIDMAATSCHAP VAN OERRR?

- OERRR kost minimaal €15,- per jaar per kind dat lid is (€1,25 per maand). Dit bedrag geldt voor alle leeftijdsgroepen. Dit is een minimale bijdrage, dus attendeer de bezoeker altijd op een hoger bedrag.
- Vanwege het lage maandbedrag is het bij OERRR in de bezoekerscentra en de beheereenheden niet mogelijk om per maand of per acceptgiro te betalen. Het jaarbedrag van €15,- wordt in één keer afgeschreven.

C WIE MAAKT HET KIND LID VAN OERRR?

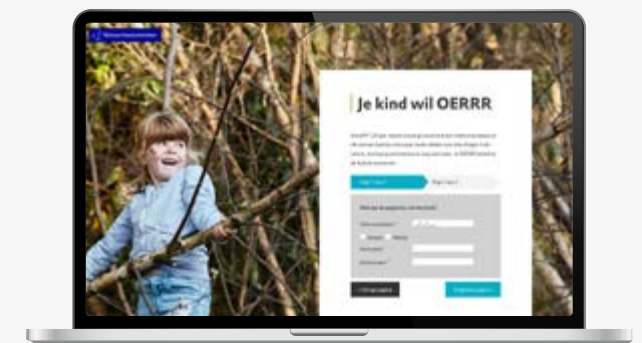
- Ouders kunnen hun kind lid maken van OERRR.
- Iedereen die een kind van OERRR lid maakt en geen ouder is van het kind, noemen we supporter. Dit is bijvoorbeeld een opa, oom of buurvrouw.
- Het aanmelden van een nieuw lid van OERRR gaat via de wervingsfolder van OERRR of via de [wervingspagina](#) op de website van Natuurmonumenten.
- Degene die het kind aanmeldt ontvangt de bevestigingsmail en de factuur. Zij geven aan dat zij akkoord hebben van de ouders van het kind. Ouders hoeven geen handtekening te zetten.
- De communicatie is daarna volledig op het kind gericht. Met uitzondering van de communicatie voor kinderen van 0-3 jaar.

Wat is OERR?

Met OERRR laten we kinderen ervaren hoe prachtig, bijzonder en belangrijk de natuur is. Als lid van OERRR ben je een echte natuurbeschermer. Zo is de natuur er niet alleen nu, maar ook voor later. Om goed aan te sluiten op het niveau en de aandacht van het kind, werken we bij OERRR met 3 leeftijdsgroepen: van 0-3 jaar, 4-8 jaar en 9-12 jaar.



Werfingsfolder van OERRR



Wervingspagina op de website

WAT HOUDT HET LIDMAATSCHAP IN?

D WAT KRIJG JE ALS LID VAN OERRR?

- Bij deelname aan activiteiten krijgen kinderen die OERRR-lid zijn korting. Ze betalen de ledenprijs. De overige personen (ouders, grootouders, broers, zusjes en vriendjes) betalen de niet-ledenprijs, tenzij ze lid zijn van Natuurmonumenten (zie voorbeeld hieronder).
- Korting op verjaardagfeestjes van OERRR. De verjaardagsfeestjes van OERRR worden door het team van OERRR in 2019 onder de loep genomen.
- Een welkomstcadeau passend bij de leeftijd van het kind
- Elk seizoen kaarten van OERRR om de natuur te ontdekken.
- Een uitnodiging voor gratis toegang voor de ING Wilde Buiten Dagen.

E HOE LANG LOOPT HET OERRR-LIDMAATSCHAP?

- Het OERRR-lidmaatschap loopt vanaf de ingangsdatum tot dezelfde datum volgend jaar. Dus als een kind op 15 oktober 2017 lid wordt, loopt dit tot 15 oktober 2018. Jaarlijks wordt op de ingangsdatum de bijdrage geïncasseerd. Dit in tegenstelling tot het Natuurmonumenten-lidmaatschap dat per kalenderjaar loopt.
- Het lidmaatschap van OERRR is zonder einddatum. Zonder tegenbericht wordt het OERRR-lidmaatschap automatisch elk jaar verlengd. Als kinderen ouder zijn dan 12 jaar, blijven zij als lid van OERRR gewoon de kaarten ontvangen.
- Opzeggen van het lidmaatschap kan via de Leden-service, telefoon (035) 655 99 11 of via de [website](#).

Wie werf je op welk moment?

Natuurmonumenten is blij met alle steun voor de natuur. Elk lid draagt bij aan de bescherming van kwetsbare planten en dieren. De klant kan zelf kiezen wat het beste bij hem past: het Natuurmonumenten-lidmaatschap of het lidmaatschap van OERRR.

Kies afhankelijk van de omstandigheden

- Laat de leeftijd van de bezoeker en de aard van het evenement je keuze bepalen.
- Als er kinderen bij zijn, is het vaak makkelijker om over OERRR te vertellen.
- Geef aan dat je twee aanbiedingen hebt: natuurbescherming voor volwassenen of spannende natuurbelevissen voor kinderen.
- Opa's en oma's zijn vaak lid van Natuurmonumenten en geven dit graag door aan hun kleinkinderen. Dus OERRR.

Gezin met één lidmaatschap OERRR én één lidmaatschap Natuurmonumenten



vader of moeder zijn lid van Natuurmonumenten kind 1 is lid van OERRR
kind 2 is géén lid van OERRR

De gezinsleden krijgen korting. Ze betalen de ledenprijs, zowel voor activiteiten als bij aankopen in de (web)winkel.

Gezin met één OERRR-lidmaatschap



Vader en moeder zijn géén lid van Natuurmonumenten Kind 1 is lid van OERRR
Kind 2 is géén lid van OERRR

Bij een activiteit betaalt kind 1 de ledenprijs. De anderen betalen de niet-ledenprijs. Bij aankopen in de (web)winkel betalen alle gezinsleden de niet-ledenprijs (géén korting).



Twee voorbeelden van kortingsregels

WAT HOUDT HET LIDMAATSCHAP IN?

Bedrijfssupporters

Bedrijven kunnen de natuur steunen als bedrijfssupporter. ZZZ of MKB? Elke ondernemer met een groen hart kan de natuur helpen.

Natuurmonumenten werkt graag samen met deze ondernemers. Samen kunnen we de natuur nog beter beschermen en beheren. Een samenwerking kan zijn op basis van eenmalige doneren, Bedrijfssupporterschap of als Partner.

BEDRIJFSSUPPORTER BRONS

- Het bedrijf ontvangt eenmalig het boek *Beleef de natuur* in 80 verrassende tochten.
- Jaarlijks 4 edities van ons magazine *Puur Natuur*. Dit magazine staat boordevol natuurweetjes, ideeën voor uitjes in de natuur en verhalen over ons werk.

BEDRIJFSSUPPORTER ZILVER

- Naast het brons-pakket ontvangt het bedrijf korting op verschillende **activiteiten en excursies**. Deze zijn geschikt als bedrijfsuitje of als -cadeau aan relaties. Bij aankoop ontvangt het bedrijf een 2e kaartje gratis tot een maximum korting van € 60,- (zie algemene voorwaarden).
- Tevens ontvangt het bedrijf jaarlijks 2 raamstickers 'Bedrijfssupporter Natuurmonumenten'.

BEDRIJFSSUPPORTER GOUD

- Naast het zilver-pakket wordt het bedrijf als bedrijfssupporter vermeld op de website van Natuurmonumenten en krijgt het een digitaal logo.
- Daarnaast ontvangt het bedrijf bij activiteiten en excursies het tweede kaartje gratis tot een maximum van €120,-.

Op het moment dat een bedrijf specifieke vragen heeft en/of een bredere samenwerking wil aangaan, kun je contact opnemen met de contactpersoon voor **bedrijfssupporters**.

Bedrijfssupporter BRONS

Bijdrage aan de natuur:
€ 299,- per jaar
(exclusief btw)



Bedrijfssupporter ZILVER

Bijdrage aan de natuur:
€ 499,- per jaar
(exclusief btw)



Bedrijfssupporter GOUD

Bijdrage aan de natuur:
€ 999,- per jaar
(exclusief btw)



Raamsticker en het digitale logo

WAAR WERVEN WE

Als Natuurmonumenten boren we alle kanalen aan voor optimale werving. In dit hoofdstuk zie je wervingsactiviteiten die mogelijk zijn vanuit centraal kantoor, de beheereenheid, het bezoekerscentrum en op andere plekken.



WAAR WERVEN WE

Werving vanuit centraal kantoor

A ONLINE LEADSWERVING

Het hele jaar door werven we nieuwe leden en donateurs via eigen (actie)websites, via Natuurmonumenten.nl en door inkoop van online campagnes.

1 Leadswerving met (route)boekjes

- We bieden online een gratis (route)boekje aan.
- De aanvrager geeft daarmee toestemming om telefonisch te worden benaderd door Natuurmonumenten. Daarmee is deze persoon een 'lead': iemand waarvan we gegevens hebben en die we mogen benaderen, maar die nog geen lid is van Natuurmonumenten. Mensen die bijdragen in de verzendkosten van het boekje, worden direct donateur, omdat ze de natuur financieel steunen.

We weten dat deze beide groepen dat ze belangstelling hebben voor de natuur.

- Een telemarketingbureau belt deze natuurliefhebbers vervolgens met de vraag of ze willen helpen de natuur te beschermen door lid te worden. Aan online acties worden heldere voorwaarden verbonden en gecommuniceerd. En natuurlijk werkt Natuurmonumenten conform alle wettelijke bepalingen, zoals het bel-me-niet-register.

2 Leadswerving op Natuurmonumenten.nl

Als een klant informatie download van onze website, bijvoorbeeld een wandelroute, kan hij toestemming geven om te worden benaderd door Natuurmonumenten. Hij komt vervolgens in het zelfde traject als bij leadswerving met routeboekjes (zie Leadswerving met routeboekjes op deze pagina).

Veel gestelde vragen door ledenwervers

Kan ik zelf adresgegevens verzamelen en routeboekjes versturen?

Nee, we kunnen de verzamelde NAW-gegevens van geïnteresseerden niet verwerken. Daarom is het belangrijk dat aanvragers zelf online een boekje aanvragen.

Kan ik helpen met het werven van leads?

Nee, in de natuurgebieden ligt het accent op directe werving van Natuurmonumenten- en OERRR-leden.



Wandel- en fietsrouteboekje in 5 verschillende gebieden



Hardloopboekje in 5 verschillende gebieden



OERRR Buggyboekje



Webpagina [fotografieren in de natuur](#)

WAAR WERVEN WE

B WERVING OP STRAAT EN HUIS-AAN-HUIS

Naast online werving voeren we op straat of aan de deur gesprekken met mensen. Dit is al jaren een belangrijke manier om leden te werven.

Zo herken je een straatwerver voor Natuurmonumenten:

- draagt altijd kleding met het logo van Natuurmonumenten erop
- vraagt niet om geld, maar vraagt of je een formulier wilt invullen voor een machtiging
- teams hebben een iPad bij zich waarmee de gegevens worden vastgelegd

C DONATEURSWERVING MET 'DOE EEN GIFT'

Natuurmonumenten is een vereniging met leden. Werving focust dus altijd op leden. Elke steun is hard nodig!

Als mensen écht geen structurele bijdrage willen geven aan de natuur, dan is er het alternatief om donateur te worden met een eenmalige gift. Via de [donatiekaart](#) of via het [donatieformulier](#) op de website kunnen particulieren eenmalig Natuurmonumenten steunen.

Veel gestelde vraag door ledenwerwers

Kan ik helpen met het werven van donateurs?

Bij uitzondering. Alleen als iemand nadrukkelijk aangeeft dat hij/zij wel financieel wil bijdragen maar niet op structurele basis, maken we dit graag mogelijk. Dan kun je wijzen op de mogelijkheid om een donatie te doen; gebruik hiervoor de [donatiekaart](#).

D CADEAULIDMAATSCHAP

Een andere manier om leden te werven voor Natuurmonumenten is via een cadeaulidmaatschap.

Hiervoor geldt de volgende procedure:

- Alleen via de [website](#) van Natuurmonumenten kan men een vriend(in) of familielid voor €30,00 lid maken van Natuurmonumenten.
- Het cadeaulid krijgt het boek *Beleef de natuur* (met 80 verrassende tochten door heel Nederland) toegestuurd, binnen twee weken na aanmelding.
- Het lidmaatschap geldt in principe t/m het einde van het lopende kalenderjaar. Tenzij je na 1 september lid bent geworden; dan ben je ook nog het volgende jaar lid.
- Aan het einde van het kalenderjaar vraagt Natuurmonumenten aan het cadeau-lid of die de natuur in Nederland wil blijven steunen door zelf te gaan betalen.

Plaats en planning straatwerwers

Het hele jaar door gaan enthousiaste jongeren de straat op, ze staan bij winkelcentra en gaan langs de deuren om leden te werven. Het werven gebeurt op werkdagen tot 21.00 uur, op zaterdag tot 20.00 uur en op zondag alleen in geopende winkelcentra. Natuurmonumenten is ook regelmatig te vinden op evenementen. In deze [planning](#) zie je waar en wanneer er geworven wordt.



Donatiekaart



Webpagina Cadeaulidmaatschap

WAAR WERVEN WE

Werving in bezoekerscentrum en beheereenheid

De kracht van persoonlijk contact

Om onze bezoekers met het juiste aanbod op de juiste plaats te kunnen bedienen heeft Natuurmonumenten drie ontmoetingsplekken omschreven: Natuurmonumenten online, Natuurmonumenten in 't veld en Natuurmonumenten icoon. Hier komen we in contact met de bezoeker en gebruiken we de kracht van de ontmoeting om te werven. Elke variant heeft eigen kenmerken en doelstellingen. Deze staan uitgebreid beschreven in de [Visie Bezoeken & Beleven](#).

Houd rekening met onderstaande 3 typen bezoekers.



Type 1: Top-of-mind

Bezoeker staat ervoor open om lid te zijn, maar het is totaal niet top-of-mind.



Type 2: Gebrekkige kennis

De waarde van Natuurmonumenten is bij bezoekers niet duidelijk.



Type 3: Is al lid

Het komt bij weinig mensen op dat ze van Natuurmonumenten én OERRR lid kunnen worden.

A WERVING ACHTER DE BALIE IN HET BEZOEKERSCENTRUM

Met deze tips kun je werven achter de balie succesvol maken.

- Stal het aanbod voor een lidmaatschap aantrekkelijk en groots uit op de balie, zodat je er naar kunt verwijzen.
- Zet het aanbod ook als product in de winkel, zodat klanten het kunnen kopen.
- Maak voor jezelf een spiekbriefje met de belangrijkste voordelen van het lidmaatschap.
- Vraag altijd of de bezoeker lid wil worden. Als je de klant niet wijst op deze mogelijkheid, dan geef je hem ook geen káns om lid te worden.
- Bij een aankoop wijs je altijd op de voordelen van het lidmaatschap. Dus **niet** vragen 'Bent u lid?' maar: 'Als lid krijgt u korting op deze producten. Wilt u hier gebruik van maken?'
- Houd zelf de voordelen bij de hand en hang de poster met voordelen in het zicht van de klant.

B WERVING IN HET BEZOEKERSCENTRUM

Als er voldoende bezetting is, kom dan achter de balie vandaan en loop rond in het bezoekerscentrum. Dan spreek je op een andere manier met de bezoeker, waardoor werving vaak soepeler verloopt. Omdat het nog niet zo gebruikelijk is om rond te lopen, is een test gedaan met een opvallende zuil in het midden van het centrum.

Deze test heeft geleid tot succesvolle ervaringen:

- Een zuil midden in het bezoekerscentrum genereert aandacht. Niet bij de ingang, maar op een opvallende plek midden in het bezoekerscentrum. Plaats de zuil waar de bezoekers 'rondhangen'.
- Voor medewerkers is het prettig om bij deze zuil te staan omdat je er gemakkelijker gesprekken aan kunt knopen. Je bent enerzijds gastvrouw / gastheer, maar je kunt ook praten over het onderwerp van de zuil, namelijk ledenwerving.



Werving tijdens evenement



Werving in het bezoekerscentrum

WAAR WERVEN WE

- De waarde van OERRR en van het lidmaatschap zijn in één oogopslag helder.
- Informatie over het lid worden is helder en compact weergegeven.
- Naarmate de tekst op de zuil spannender is (en minder informatief), zijn de gesprekjes leuker.
- Het is handig om ledenwerf-items bij de hand te hebben, zoals de kaarten van OERRR of het welkomstcadeau.

Wil je er mee aan de slag? Mail dan met de contactpersonen voor [ledenwerving](#).

C WERVING RONDOM HET BEZOEKERSCENTRUM

Veel bezoekers lopen buiten bij het bezoekerscentrum, de parkeerplaats, bij de start van wandelroutes, bij horeca, etc. Er liggen nog veel kansen om deze groep beter aan te spreken, welkom te heten, te vragen of zij de natuur willen steunen en vermeld de mogelijkheden (lid worden, OERRR). Gebruik deze kans!

Bespreek in je team eens de volgende drie vragen:

- 1 Hoe zijn wij zichtbaar in het gebied rondom het bezoekerscentrum
- 2 Hoe kunnen we gesprekken aangaan?
- 3 Hoe en wanneer stellen we de vraag om de natuur te steunen?

Veel bezoekers missen kennis over wat Natuurmonumenten doet in het gebied. Een bezoeker die lid wil worden moet het soms zelf actief opzoeken hoe dat werkt of er naar vragen. De intentie van de bezoeker om lid te worden is vaak heel groot. Gebruik deze kans.

D WERVING BIJ SPEELNATUUR VAN OERRR

Bij Speelnatuur van OERRR onderscheiden we drie groottes. De grootte bepaalt mede de kans voor werving.

- **Large** - zoals Tiengemeten. Hier heffen we entree met een leden- en niet-ledenprijs. Zowel bij de online kaartverkoop als bij de kassa is dit een kans voor werving.
- **Medium** - zoals Gooi en Vechtstreek en Oisterwijk. Hier doen we een proef met een klein entreebedrag. Leden van Natuurmonumenten en OERRR zijn gratis, een niet-lid betaalt €1,50 per kind. Bij deze Speelnatuur zijn veel kansen om mensen aan te spreken voor werving.
- **Small** - zoals Oud Reemst. Deze blijven in de toekomst gratis. Deze locaties lenen zich om gesprekken aan te gaan met de gasten en hen te wijzen op OERRR.



Pluspunten van een opvallende zuil

- 1 Erg tevreden medewerkers en vrijwilligers
- 2 Makkelijker om mensen aan te spreken
- 3 Inhoud OERRR veel makkelijker vertellen
- 4 Leuker om te doen
- 5 Goed om gastvrouw/man te hebben, die bezoekers verwelkomt
- 6 Meer aandacht voor werven met een doelstelling voor één dag
- 7 Genereert meer vragen, daardoor kunnen medewerkers actief doorvragen naar informatie
- 8 Positieve reacties van bezoekers
- 9 Goede aandachtstrekker
- 10 Positie zuil: midden in ruimte werkte beter dan bij ingang
- 11 Vraag medewerkers en vrijwilligers die dit leuk vinden om te doen

WAAR WERVEN WE

E WERVING OP EEN DRUKKE PLEK IN HET NATUURGEBIED

Veel mensen komen naar een natuurgebied en oriënteren zich op de website. Daar kun je sturen op de beleving en de werving.

- Hoe zijn wij zichtbaar in het gebied? Hoe kunnen we persoonlijke gesprekken aangaan en de vraag stellen om de natuur te steunen?
- Veel bezoekers missen kennis over wat Natuurmonumenten doet in het gebied. Een bezoeker die lid wilt worden moet het soms zelf actief opzoeken hoe dat werkt of er naar vragen. De intentie van de bezoeker om lid te worden is vaak heel groot. Gebruik deze kans.
- Zijn er bijzondere belevingen in een natuurgebied (lammetjes of de bloei van rododendrons, stinzen of orchideeën). Creëer dan extra kansen om gesprekken aan te gaan of doe een aanbieding.



Werving bij Speelnatuur van OERRR

F WERVING BIJ EEN ACTIVITEIT OF EVENEMENT

Een aansprekende activiteit van Natuurmonumenten of OERRR is hét uitgelezen moment om leden te werven. Hoe doe je dit optimaal?

- **Werf bij aankondiging** - Zet de activiteit met een wervende tekst in de activiteitendatabase. Dit is de eerste kans dat mensen lid worden. Ze zien direct het prijsvoordeel voor leden. Maak dit prijsverschil zo groot dat het aantrekkelijk wordt om lid te worden. De leden die via deze weg lid worden, tellen mee met de doelstelling van het bezoekerscentrum of beheereenheid.
- **Werf bij aanvang** - als de bezoeker zich aanmeldt bij de ontvangstbalie.
- **Werf bij vertrek** - vraag hoe de klant de activiteit heeft ervaren. Zorg voor iets dat ingeleverd moet worden, dan ben je zeker van een gespreksmoment. Ook goed om mensen tot ziens te wensen en nog een jaarprogramma mee te geven!

- Zet het evenement met een wervende tekst in de activiteitendatabase. Dit is de eerste kans dat mensen lid worden. Ze zien immers direct het prijsvoordeel.
- Organiseer voorafgaand aan het evenement een briefingsmoment waarbij je uitgebreid stilstaat bij hoeveel leden je met elkaar wilt werven en hoe jullie dat gaan aanpakken. Spreek je verwachtingen met elkaar door en neem de tijd voor vragen.
- Zorg altijd voor een aparte wervingstafel.
- Zorg voor zichtbaarheid van Natuurmonumenten, bijvoorbeeld door het plaatsen van Natuurmonumentenbanieren bij de wervingstafel.
- Bemens de wervingstafel met mensen die 'durven te vragen'.
- Het begint allemaal met elkaar het goede voorbeeld geven. Laat zien hoe het kan, dan worden anderen vaak vanzelf enthousiast.
- Zorg altijd voor een start- en eindpunt; dan heb je twee keer de kans om te werven.



Steeds meer leden worden via het online activiteitensysteem geworven, zorg dus voor goede online aankondiging! De mensen die direct lid worden bij de online boeking van een activiteit genieten direct van een €10,- korting bij hun boeking en worden bijgeschreven bij de doelstelling van de beheereenheid of bezoekerscentrum.



Werving bij een evenement

WAAR WERVEN WE

- Als je werkt met een stempelkaart, heb je een extra contactmoment als mensen de kaart komen inleveren.
- Zorg ervoor dat er bij de uitgang van je activiteit of evenement altijd een ledenwervingsplek staat met daarop de welkomstcadeaus.
- Wissel elke 2 tot 3 uur van groep. Het is intensief om continu te werven.
- Leer van ervaringen: bespreek achteraf met het team hoe het evenement is verlopen. Deel je successen en leer van je werk. Iedereen speelt hierin een actieve rol: vrijwilligers, medewerkers en leidinggevenden. We zijn een open, lerende en samenwerkende club. Dat betekent dat we elkaar helpen om het eindresultaat te verbeteren. En zo blijft werving bespreekbaar.
- Heb je een mobiel pinapparaat nodig (Izettle) neem dan contact op met [team Producties](#)

Zie [Successen en tips](#)

Algemeen

- Maak gebruik van een premium om mensen over de streep te trekken (zie [Premiumbeleid](#)).
- Stel een doel - Spreek bij de start van de dag samen af wat je wilt bereiken op het gebied van werving. Vraag commitment voor dit doel. Je bereikt het alleen met elkaar.
- Keep up the spirit - Gedurende de dag kijk je hoe het loopt en motiveer je elkaar als ledenwerfers.
- Leer van ervaringen - Bespreek achteraf met je team hoe het is gegaan. Deel je successen en leer van je werk. Iedereen speelt hierin een actieve rol: vrijwilligers, medewerkers en leidinggevenden. We zijn een open, lerende en samenwerkende club. Dat betekent dat we elkaar helpen om het eindresultaat te verbeteren. Zo blijft werving bespreekbaar.

G WERVING TIJDENS EXCURSIES

Op stap met de boswachter of varen met een schipper. Een uitgelezen kans om te werven.

- Je weet van excursie-deelnemers dat ze betrokken zijn en enthousiast zijn over de natuur. Een excursie is dus een uitgelezen moment om te werven.
- Check vooraf de aanmeldingen op leden en niet-leden.
- Sluit elke excursie af met de volgende zin: 'Nu ziet u het werk van Natuurmonumenten. Bent u lid: dankuwel. Bent u nog geen lid: dan nodig ik u uit dit nu te worden. U kunt nu bij mij terecht om de natuur te beschermen.'
- Maak duidelijke afspraken over de taakverdeling. Een gids kan de groep bijvoorbeeld 'afleveren' bij een collega die gemakkelijker leden werft.
- Instrueer gidsen dat ze niet alleen informatie geven over natuur en cultuurhistorie, maar óók het belang van leden al in hun verhaal verwerken.



Werving tijdens vaarexcursies



Wist je dat de excursies bij ons de meeste leden en inkomsten opleveren? Met een kaartje dragen ze bij aan het onderhoud van het natuurgebied dat ze bezoeken. En ze krijgen nog korting ook!



Werving tijdens excursies

WAAR WERVEN WE

H WERVING OP VERGADERLOCATIES

De komende jaren worden de vergaderlocaties van Natuurmonumenten beter in de markt gezet, waardoor deze prachtige locaties rendabel worden. Het motto is: "Vergader in de natuur bij Natuurmonumenten en draag bij aan behoud van de Nederlandse natuur". Vergaderlocaties bieden kansen om te werven. De gasten zijn vaak minimaal een dagdeel bij ons te gast, dus er is voldoende tijd om hun aandacht te vragen voor de natuur. Probeer eens uit wat er bij jou werkt.

- Maak een tweedeling: in de communicatie vooraf ligt de focus op bedrijfssupporters, in de vergaderruimte ligt de focus op lid worden van Natuurmonumenten en OERRR.
- Met het toesturen van de aangevraagde informatie of de offerte kun je informatie meesturen over **bedrijfs-supporters**. En in de offerte neem je een paar wervende zinnen op of je doet een voorstel om met de boswachter op stap te gaan.

- Zorg ervoor dat bezoekers op het parkeerterrein en in de buitenruimte informatie aantreffen over de natuur en Natuurmonumenten.
- Op het toilet hangt een **kliklijst** zodat je altijd een oproep doet om lid te worden met een foto van het seizoen.
- Op de koffiebalie staat een display met twee aanbiedingen: OERRR-leden en Natuurmonumenten-leden. De display is in ontwikkeling; zodra hij klaar is maken we dit via intranet bekend.
- De zaal heeft een uitstraling die past bij het gebied. Kies natuurfoto's aan de muur die emotie en de wens om naar buiten te gaan oproepen. Een eerste stap naar lid worden. Hang nooit alle muren vol; een vergaderruimte moet ruimte houden om te werken met flipovervellen.
- Streef naar een persoonlijke ontvangst door een boswachter/gastheer/gastvrouw in Natuurmonumenten kleding. De essentie van het welkom heten is vertellen

wat Natuurmonumenten doet om de Nederlandse natuur te beschermen, samen met ruim 700.000 mensen. Daar wil je toch bij horen?

- Tijdens de lunch staat er op het lunchbuffet dezelfde display als bij de koffie-uitgifte.
- Kijk of je het lunchmoment kunt gebruiken om iets te vertellen over natuurbescherming en het belang van leden. Of nog beter: geeft een mini-excursie in de pauze en eindig met de vraag of ze mee willen helpen met de bescherming van het gebied.
- Bij vertrek is het leuk om iets tastbaars mee te geven. Op de grotere vergaderlocaties die aan externen worden verhuurd, gaan we testen met een navulbaar drinkwaterflesje met Natuurmonumenten-logo (zie voorbeeld op deze pagina)



Werving op vergaderlocaties



Kliklijst op toilet



Navulbaar drinkwaterflesje met Natuurmonumenten-logo

WAAR WERVEN WE

I WERVING ONDER INDIVIDUELE SPORTERS

De verkoop van passen aan mountainbikers en ruiters draagt bij aan het aantal donateurs van Natuurmonumenten. Wijs mensen daarom op de mogelijkheid om een pas te kopen.

Mountainbikeroutevignet

Natuurmonumenten heeft in verschillende gebieden mountainbikeroutes. Voor mountainbiken is een MTB-vignet nodig. Alle informatie over de aanschaf van MTB vignetten is te vinden op de [website](#) van Natuurmonumenten.

Ga jij ook aan de slag met deze doelgroep, dan is een MTB-vignet een manier om inkomsten en / of leden te werven. Neem hiervoor contact op met het [team Marketing](#).

Ruiterpas

Ruiters hebben een pas nodig om gebruik te maken van onze ruiterspaden. Met de opbrengst kan Natuurmonumenten het onderhoud van deze paden bekostigen

en de natuur beschermen en versterken. De ruiterpas kan men aanschaffen via onze [webwinkel](#). Heb je ruiterroutes, neem dan contact op met [de marketeer activiteiten en evenementen](#).

J WERVEN VIA (SPORT)EVENEMENTEN VAN DERDEN

Steeds vaker wordt aan Natuurmonumenten gevraagd of er bijzondere (sport-)activiteiten in onze natuurgebieden mogen plaatsvinden. Voor evenementen en activiteiten die afwijken van de toegangsregels van het gebied, waarvoor deelnemers moeten betalen, en/of waaraan meer dan 20 personen deelnemen, moet altijd schriftelijke toestemming van Natuurmonumenten geregeld worden. Voor de beoordeling van een aanvraag gebruik je het [Toestemmingsbeleid](#) van Natuurmonumenten.

Dit is een kans voor de beheereenheid om inkomsten te werven. Er is namelijk een financiële tegenprestatie nodig voor het krijgen van toestemming. Met die bijdrage blijven

(sport)activiteiten in de natuur mogelijk: we zorgen voor toezicht en het onderhoud van paden en anderen faciliteiten. Je kunt verschillende afspraken maken met de organiserende partij van het evenement/de activiteit:

- De organisator kan daarnaast Natuurmonumenten opnemen als goed doel van het betreffende evenement. De organisator voegt dan een extra scherm toe aan de inschrijfmodule waarin deelnemers worden gevraagd een vrijwillige donatie te doen aan Natuurmonumenten. Natuurmonumenten bepaalt de tekst en instructies.
- Bij een (sport)activiteit in ons gebied vragen we €45,- administratiekosten + 10% van het inschrijfgeld per deelnemer (met een minimum van €0,50). Daarnaast vragen we zichtbaarheid voor onze organisatie.

Zie [Tegenprestatie bij evenementen in onze gebieden](#)



Poster MTB



MTB-vignet



Op intranet vind je de [Toolkit Terreintoestemming](#) met voorbeeldteksten om donateurs te werven via de inschrijfmodule van het evenement.

Aanvragen voor kleinere evenementen worden door de beheereenheden zelf beoordeeld. Voor evenementen met meer dan 500 personen kun je ondersteuning vragen bij [de marketeer activiteiten en evenementen](#).

WAAR WERVEN WE

Werving op andere locaties

A WERVING BIJ HORECA

Veel natuurliefhebbers treffen elkaar bij een horeca-gelegenheid in de buurt van onze gebieden. Het is belangrijk dat we deze plekken optimaal benutten voor zichtbaarheid van Natuurmonumenten en ledenwerving. De waardebon of excursie bon is het ideale middel om samen te werken met een horecaondernemer (zie [Extra welkomstcadeau](#)).

Kies altijd zorgvuldig de horecaondernemer waar je mee samen wilt werken. Is het logisch en relevant? Bedenk dan samen met de ondernemer creatieve manieren om elkaar te versterken. Samen kun je aanbiedingen verzinnen, bijvoorbeeld een excursie met lunch na afloop. Wees kritisch met welke ondernemer je samenwerkt of niet. Zelfs een display plaatsen kost tijd en geld door onderhoud van contact.



Zorg dat zichtbaarheid van Natuurmonumenten geassocieerd wordt met natuur en natuurbeleving. Zet het logo van Natuurmonumenten dus niet op allerlei middelen van de horecaondernemer. Anders wordt Natuurmonumenten geassocieerd met diensten waar we geen invloed op hebben, bijvoorbeeld matige koffie uit een kopje met het Natuurmonumenten-logo, een tegenvallend gerecht van de menukaart met ons logo, of een onvriendelijke ober in een Natuurmonumenten-schort. Laat je inspireren door de [adviezen](#) in de bijlage.

B BIJ HORECA EN RECREATIEONDERNEMERS

De meest eenvoudige vorm van samenwerking is een display op alle tafeltjes in de horeca, waarbij je aandacht vraagt voor werving met de waardebon. Op de voorzijde doe je het aanbod met de **waardebon**, op de achterzijde het activiteitenoverzicht van het kwartaal. Zichtbaar voor alle klanten van de horeca.

C BIJ BEDRIJVEN (BEDRIJFSSUPPORTER)

Ook bedrijven kunnen het werk van Natuurmonumenten steunen (zie [Bedrijfssupporter](#)) door te verwijzen naar Bedrijfssupporter.

D IN VAKANTIEWONINGEN

Je kunt voor werving in vakantiewoningen de volgende tips gebruiken:

- Leg voor elke nieuwe gast informatie op tafel: een *Puur Natuur*; ledenwerffolder en folder van OERRR
- Voor kinderen een kleurplaat van OERRR klaarleggen in het kinderhoekje.
- In de boekenkast: een puzzel van Natuurmonumenten; het boek *Beleef de natuur* met 80 verrassende tochten en het boek *Verborgene schatten* met ons erfgoed. Verkrijgbaar in de [interne webwinkel](#).
- Plaats in elke woning een informatiemap met het Natuurmonumenten-logo. En zorg voor een leuk gastenboek in de huisstijl van Natuurmonumenten.
- Zorg dat foto's aan de muur passen bij de essentie van het gebied.



Tafeldisplay



Informatie op de koffietafel

LEDENWERVINGS- MATERIALEN

Er zijn verschillende middelen die je kunt inzetten bij het werven van leden voor Natuurmonumenten of OERRR.



LEDENWERVINGSMATERIALEN

Ledenwervingsfolder

- Er is altijd een goede wervingsfolder beschikbaar. Die kun je bestellen via de **interne webwinkel**.
- Zet de wervingsfolders op verschillende plaatsen neer, zodat ze opvallen en gemakkelijk kunnen worden meegenomen.
- Kies altijd voor de combinatie van ledenwervingsfolders en OERRR-folders.
- Zorg ervoor dat Natuurmonumenten-collega's en vrijwilligers deze wervingsfolder altijd bij zich hebben.

Posters

- Maak zelf per locatie wervende posters met aansprekende beelden die passen bij de essentie van je gebied. Je kunt hierin de voordelen van het lidmaatschap opnemen.

- Deze wervingsposters voor leden van Natuurmonumenten en OERRR maak je via Docufiller. Daar staan ook kant en klare posters, maar posters met een foto van je eigen natuurgebied spreken meer aan.
- Kies slimme plaatsen voor de posters: op het terras, de pont, de binnendeur van het toilet, boven de handdroger, etc.
- Doe altijd een concrete oproep op de poster. Bijvoorbeeld: Word nu lid aan de balie, word nu lid bij de boswachter en combineer deze altijd met een url, zodat mensen ook altijd online lid kunnen worden: www.natuurmonumenten.nl/steun

Welkomstcadeau

Veel gestelde vragen door ledenwervers

Kan ik een welkomstcadeau meegeven aan een nieuw Natuurmonumenten-lid?

Ja, je kunt het welkomstboek *Bleef de natuur* meteen meegeven. Vermeld duidelijk op de antwoordkaart of het webformulier dat het is meegegeven aan het nieuwe lid, zodat het boek niet meer wordt meegestuurd met de welkomstbrief en ledenpas.

Kan ik het welkomstcadeau meegeven voor een nieuw OERRR-lid?

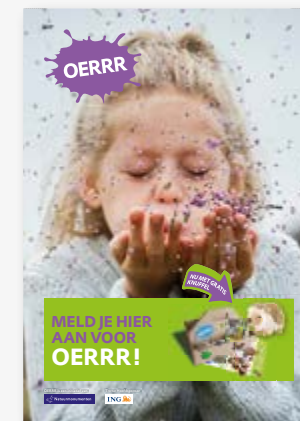
Ja, je kunt het welkomstcadeau meteen meegeven aan het nieuwe OERRR-lid. Vermeld duidelijk op de antwoordkaart of het webformulier dat het is meegegeven, zodat het welkomstcadeau niet meer wordt opgestuurd. Je kunt het bestellen in de **interne webwinkel**, waar je ook de welkomstcadeau van Natuurmonumenten bestelt.



Werfingsfolder



Wervingsposters leden



Wervingsposters OERRR

LEDENWERVINGSMATERIALEN

Mag er een Puur Natuur bij het welkomstcadeau?

Nee, in de beheereenheden en het bezoekerscentra wordt het magazine niet aan het welkomstcadeau toegevoegd. De welkomstcadeaus die landelijk worden verstuurd bevatten geen *Puur Natuur* meer. De belangrijkste reden is kostenbesparing. Het opsturen van *Puur Natuur* is arbeidsintensief en dus kostbaar. Ook is het moeilijk om te bepalen welke voorraad nodig is en willen we onnodig hoge (voorraad)kosten vermijden.

Waar kan ik ledenwerfingsmaterialen en het welkomstcadeau bestellen?

- Ledenwerfingsmaterialen voor Natuurmonumenten bestel je via de [interne webwinkel](#).
- Ledenwerfingsmaterialen voor OERRR bestel je via [interne webwinkel](#).
- De drie knuffels van OERRR bestel je met de [bestellijst](#) van CJ Wildbird Foods. De bestellingen moeten worden gemaild naar sales@cjwildlifetrade.com.

Extra welkomstcadeau (premium)

Bovenop het welkomstcadeau dat ieder nieuw lid ontvangt, mag je een premium (extra cadeau) inzetten om het werven van leden gemakkelijker te maken.

Basisregels

- Bedenk dat de intrinsieke motivatie om wezenlijk bij te dragen aan de natuur de belangrijkste drijfveer moet blijven om te geven aan Natuurmonumenten. Elk cadeau is extra op alles wat je als lid al krijgt, materieel en niet-materieel (zie [Wat houdt het lidmaatschap in?](#)).
- Een extra premium heeft een winkelwaarde van maximaal €10,-. Een beheereenheid of bezoekerscentrum kan voor dit bedrag zelf iets uitzoeken dat past bij het seizoen, het natuurgebied of een activiteit.

Geselecteerde huidige premiums

De beheereenheid of bezoekerscentrum kan ook kiezen voor premiums die het [team Marketing](#) jaarlijks verzorgt.

Voor werving Natuurmonumenten leden 2018 / 2019:

- *Waardebon*
Met de waardebon geef je een premium van €10,- als iemand lid wordt. Het nieuwe lid kan de waardebon inleveren bij een partner waar je mee samenwerkt, zoals horeca, fietsverhuur, campings en evenementen. Op deze wijze is er direct voordeel voor het nieuwe lid. En heeft de partner vaak extra omzet. Zie [handleiding Werving met de waardebon](#) voor tips en adviezen. Voor de ondernemer is er een [hand-out](#). Via Docufiller kun je zelf de waardebon maken.



Waardebon



Welkomstcadeau nieuw lid Natuurmonumenten



Welkomstcadeau nieuw lid OERRR

LEDENWERVINGSMATERIALEN

- *Excursiebon*
Veel van onze bezoekers houden van excursies. Van de gids horen ze informatie over de natuur en natuurbescherming die ze anders niet te weten komen. Wat is er dus leuker om leden te werven met een excursiebon ter waarde van €10,-. Zie [handleiding Ledenwerving met de excursiebon](#) hoe je deze excursiebon kunt inzetten. In Docufiller staat een voorbeeld van de excursiebon.
- *Dopper*
Een ander premium is de Dopper; een duurzame design drinkfles voor kraanwater. Het bedrijf Dopper doneert 5% van haar omzet aan een foundation die wereldwijd waterprojecten ondersteunt. Met als missie: schoon water, in elke oceaan en uit elke kraan. Dat past natuurlijk bij Natuurmonumenten.

Voor werving leden OERRR 2018/2019:

- *Knuffels van OERRR*
Voor OERRR hebben we drie knuffels die je als premium kunt inzetten. Kies diegene die het beste past bij je natuurgebied of evenement. Het schaapje is toegevoegd vanwege de vele lammetjesdagen die in het voorjaar worden georganiseerd. Eind 2018: bestel de vlemuis, uil of egel. Hier zijn in totaal zo'n 1.500 stuks van beschikbaar bij [CJ Wildbird Foods](#). Bestel reëel, maar op = op. Dit is goede pluche, dus zonder kinderarbeid en kindveilig. Als de knuffels op zijn, werf je tijdelijk zonder extra premium.

Op langetermijn willen we meer soorten dieren inzetten zoals pluche schaapjes, Schotse Hooglanders en ook nog een paar andere bestsellers, zoals ree, konijn en eekhoorn.

Maak gebruik van de [bestellijst](#) van CJ Wildbird Foods. De bestellingen moeten worden gemaaild naar sales@cjwildlifetrade.com.



Excursiebon



Dopper



Knuffel

WANNEER WERF JE?

Bij het werven is het belangrijk dat je mensen op het juiste moment benadert.
In dit hoofdstuk vind je aanknopingspunten voor succesvolle werving.



WANNEER WERF JE?

Wat is je strategie per gebied?

Benut de drukke seizoenen

In het najaar maak je het activiteitenplan voor het nieuwe jaar. Dat is een goed moment om te bekijken welke evenementen en topdagen in je gebied de beste kansen hebben (maak een top 3 of 4). Focus! Je stelt een doel voor de kaartverkoop (transacties) maar kijkt ook naar de kansen om nieuwe leden voor Natuurmonumenten en OERRR te werven. Draagt het goed bij aan je jaardoelstelling?

Piekmomenten inroosteren

- Wat zijn je drukste dagen in het gebied of in het bezoekerscentrum?
- Rooster op die momenten extra mensen in en zorg dat je er zelf ook bij bent.
- Maak wervende posters en flyers, waarin je Natuurmonumenten op zo'n manier laat zien dat mensen 'erbij willen horen'.



Juiste persoon op de juiste plek

Juiste persoon op de juiste plek

Kijk naar kwaliteiten van mensen en deel ze in op plekken waar ze tot hun recht komen. Iemand die goed is in publieksontvangst en werving, moet niet belast zijn met de coördinatie of andere taken. Let op, dit geldt ook voor de medewerkers van Natuurmonumenten! Of wel: zet de beste wervers niet bij een onderdeel, maar bij de ontvangst of vertrek.

Kies per evenement

Bepaal van tevoren per evenement of je vooral voor leden van OERRR of van Natuurmonumenten gaat: stem het premium daarop af! Kies wat logisch is bij het evenement en de bezoekers die je verwacht. Dus ga voor OERRR bij een lammetjesdag en geef dan een knuffellammetje cadeau. Bespreek met elkaar hoeveel leden (Natuurmonumenten of OERRR) je wil werven op die momenten. En hoe dit aantal zich verhoudt ten opzichte van je totale jaardoelstelling en de andere momenten die nog gaan komen om je doelstelling te behalen.



Zorg ook voor werving bij vertrek. De bezoekers hebben dan een topbeleving gehad. Het is dan relatief gemakkelijk om hun enthousiasme voor de natuur en Natuurmonumenten in te kopen met een lidmaatschap!

Planning en inzet van wervers

Activiteitsvrijwilligers

Zorg ruim op tijd voor voldoende vrijwilligers en medewerkers. Kijk van tevoren waar hun competenties liggen: als er goede wervers bij zijn, vraag ze dan specifiek voor deze klus. Een goede werver moet tijdens het evenement helemaal vrij worden gemaakt om te kunnen werven. Laat de wervers ook van tevoren meedenken hoe je het samen gaat aanpakken zodat je draagvlak hebt.

Collega-boswachters

Zorg dat boswachters ledenwerfkaarten bij zich hebben en houd ze geïnformeerd bij wijzigingen en campagnes. Laat mensen zelf bepalen welk moment ze geschikt vinden: bijvoorbeeld bij een aannemer of vergadering met derden. Het is voor deze collega's fijn om te weten dat ze bijdragen aan de jaardoelstelling voor werving.



Benut de drukke seizoenen

WANNEER WERF JE?

Balievrijwilligers

In het bezoekerscentrum (of een informatiecentrum) kun je gesprekken met bezoekers het beste ter plekke evalueren: waar lag nu die kans om te vragen of men lid wil worden? Bijvoorbeeld: als bezoekers net een route gelopen hebben en enthousiast zijn, kun je ze wijzen op andere routes of de route-app en vragen of ze Natuurmonumenten willen steunen. Je kunt ook enkele scenario's uitschrijven: mensen komen met een foto en vragen welke vlinder dat is. Je zoekt het samen op in een boek en vertelt wat Natuurmonumenten doet aan beheer voor deze vlinders: *'Vindt u het ook belangrijk dat Natuurmonumenten dat doet? Zo ja, zou u lid willen worden van Natuurmonumenten, het kan al vanaf €30,00 per jaar'.*

Gidsen

Als beheerteam of een bezoekerscentrum zorg je er ook voor dat gidsen graag leden werven. Geef gidsen een deelnemerslijst en benadruk waar wervingskansen liggen. Zijn er deelnemers die nog geen lid zijn: vraag deze dan na afloop of ze genoten hebben, en zo ja of ze lid willen worden. Zorg ervoor dat gidsen altijd ledenwerffolders en een pen bij zich hebben, dat ze de voordelen van een lidmaatschap kunnen opnoemen. Als er een iPad voorhanden is met een link naar het [inschrijfformulier op onze website](#) kunnen nieuwe leden meteen online worden ingeschreven. Las na afloop (bij inleveren van nieuwe leden kaarten/iPad) een momentje in om de gids te bedanken en trots te laten zijn! Dus zowel de momenten vóór, tijdens, als ná de excursie zijn belangrijk voor ledenwerving.

Promotie-vrijwilligers

Als beheerteam of een bezoekerscentrum zorg je er ook voor dat alle vrijwilligers gemakkelijk en met plezier kunnen werven. Informeer de vrijwilligers van tevoren goed over het evenement. Vraag ook of ze leuke ideeën hebben voor die dag, ze kunnen bijvoorbeeld materialen verzamelen om de plek aan te kleden. Begin de dag goed: neem na het opbouwen eerst tijd voor koffie en een praatje. Help elkaar 'in te koppen'. Bijvoorbeeld: een vrijwilliger begint een gesprek maar maakt het net niet af, laat dan een andere vrijwilliger het soepel afmaken en de vraag stellen om lid te worden. Zorg dat er één team staat: jullie doen het samen en je geeft zelf het goede voorbeeld door mee te werven. Na afloop neem je de tijd om samen iets te drinken, te evalueren en pluimen uit te delen voor het leden werven.



MIDZOMERNACHT

LAMMETJESDAG

Kamermuziekfestival

Oogstfeest

KERSTSTAL

WARM WELKOM

KOEIEN IN DE WEI

LANDGOEDDAG

OPEN MONUMENTENDAG

10 tips voor topdagen

- 1 Inventariseer wat je topdagen zijn.
- 2 Maak de topdagen van het hele jaar bekend bij je team en vrijwilligers.
- 3 Maak een doelstelling voor de topdagen en deel deze.
- 4 Zet je beste wervers in, dus diegenen die er veel plezier in hebben en de uitdaging zien.
- 5 Wat zijn de kenmerken van deze dag? (openingstijden, activiteiten, wel/geen route, productverkoop, etc.)
- 6 Hoeveel bezoekers verwacht je?
- 7 Welk soort publiek verwacht je?
- 8 Welke aanbod past bij dit publiek?
- 9 Hoe kun je de routing zo indelen dat het publiek langs de ledenwervers komt?
- 10 Een topdag is als het ware een evenement, zie ook [Werving bij een activiteit of evenement](#).

WANNEER WERF JE?

Werving tijdens topdagen en evenementen

Soms sta je op een eigen Natuurmonumenten-evenement (een topdag), soms ben je te gast op een evenement van derden. Hoe dan ook, neem voordat je alles in gang zet het onderstaande mee in de voorbereidingen:

Bepaal je aanbod, doel en doelgroep

- Focus! Je hebt altijd maar één aanbod per evenement. Houd de focus vast, op alle onderdelen. Dan weet de bezoeker wat hij kan verwachten. Dit uitgangspunt bepaalt de inrichting van je evenement. Bijvoorbeeld: In het voorjaar is landgoed Hackfort gericht op de stinzenplanten. Alle aandacht ligt dan op de stinzenplanten en dus niet op andere hoogtepunten zoals het kasteel of de watermolen.
- Wees kritisch op het doel en het soort evenement waaraan je meedoet. Het is altijd veel werk dus weeg kosten en baten van te voren af.



Wie komen er?

De uitvoering: inhoud en uitstraling

- Zorg dat inhoud en uitstraling op elkaar zijn afgestemd.
- Splits de werving en de verkoopkraam.
- Kies je voor verkoop? Zorg dan voor een prachtige uitstraling van de kraam, kies producten die bij het evenement en de doelgroep passen, kijk naar de prijsstelling voor leden en niet-leden, vraag bij het bezoekerscentrum naar de bestsellers, maak een aanbieding van de dag en communiceer deze duidelijk.

Publiciteit en zichtbaarheid: hoe trek je publiek?

- Zorg voor interactie vooraf. Laat mensen bijvoorbeeld een foto insturen voor een expositie of prijsvraag.
- Kies de communicatiekanalen die bij je doelgroep horen.
- Begin op tijd en reserveer tijd. Publiciteit kost veel tijd en het bepaalt je succes.

Verzilveren: inkomsten en werving

- De voorbereiding kost net zoveel tijd als het evenement zelf. Onderschat het niet, regel alles goed.
- Bepaal vooraf het gewenste resultaat als het gaat om verkoop van kaartjes of ledenwerving.
- Maak vooraf een goede instructie. Organiseer als het kan een startmoment met toelichting, van tevoren of aan het begin van de dag zelf.
- Heb je een passend aanbod voor de bezoeker en heeft dit een relatie met het thema van het evenement?
- Kies een passend premium.
- Kies alleen voor een kraam als zowel de inhoud als de bemensing optimaal is.
- Kies voor een creatief middel waardoor een gesprekje om te werven makkelijker wordt. Bijvoorbeeld: een tijdelijk blote-voeten-pad, opgezet dier, fotomoment met grote bank, ophalen van een prijs, etc.
- Komen er veel mensen? Zet je beste wervers in!
- Maak achteraf de resultaten bekend en noteer de sterke punten en de verbeterpunten.



Maak met elkaar altijd vooraf een prognose van het aantal leden dat je wilt gaan werven op het evenement of de topdag.

Wees ambitieus!



Hoeveel mensen verwacht je?

WERVINGS- VAARDIGHEDEN



WERVINGSVAARDIGHEDEN

Iedereen kan werven

Stel de vraag

Het belangrijkste van ledenwerven is eigenlijk gewoon: STEL DE VRAAG! Veel bezoekers weten helemaal niet dat er geld nodig is om de natuur te behouden.

Ze nemen aan dat de overheid daar wel in voorziet.

Dus attendeer mensen erop dat het niet allemaal vanzelfsprekend is en dat we met elkaar verantwoordelijk zijn voor het behoud van de natuur in Nederland. Zodat we ook in de toekomst kunnen blijven genieten van al het moois.

Je hebt iets te bieden

Zie het niet als 'iemand iets aansmeren' of 'commerciële activiteit' maar bedenk dat je iemand **de kans geeft om mee te helpen aan het behoud van de natuur voor de toekomst**. Als mensen beseffen dat daar geld voor nodig is en dat wij het als organisatie niet alleen af kunnen, maar daarbij echt hulp nodig hebben, opent dat hun ogen. Besef ook

dat we de bezoeker veel bieden, namelijk dat ze kunnen genieten van de natuur. En als ze ook in de toekomst willen blijven wandelen en fietsen in de natuur dan is een bijdrage van €2,75 per maand echt niet veel voor wat men ervoor krijgt (2 uur parkeren in de stad is duurder).

Ontwikkel je eigen stijl

Er bestaat geen blauwdruk voor werving. Uiteindelijk heeft iedereen een eigen stijl. Vertrouw er op dat jouw stijl goed is. Alleen oprecht werven, vanuit jezelf, is effectief. Laat je inspireren door de [gesprekscanleidingen](#) en voel je gesteund door reactiemogelijkheden op de [tegenwerpingen](#).

Training

Vanuit centraal kantoor bieden we een training aan die gastheerschap en werving combineert. Een kans om je eigen stijl verder te ontwikkelen.

Je houding

- Zorg voor een open en positieve houding, maak oogcontact en spreek de bezoeker aan. Zeg de bezoeker - als je in Natuurmonumenten-kleding loopt - altijd goedendag en maak een praatje zoals je dit met iedereen zou doen.
- Toon oprechte interesse in de bezoeker (waarom is deze persoon hier, wat heeft hij gedaan voordat hij hier kwam, heeft hij de weg gemakkelijk gevonden). Doe dat op je eigen manier.
- Spiegel jezelf met de bezoeker die je tegemoet gaat of komt. Je eigen actieve en energieke houding is daarbij belangrijk. Dus als jij staat of rondloopt en oogcontact maakt, voelt dit als een gastvrije ontvangst voor je gast. Dus niet: passief zittend vanachter een balie een bezoeker te woord staan of doorwerken als er iemand binnenkomt of langloopt. Of negeren van bezoekers als je in het veld bent.

"Ik hoor wel eens mensen zeggen: 'Leden werven, dat kan ik niet'. Maar geloof me: iedereen kan leden werven. Het enige wat je hoeft te doen is de vraag stellen. Of je uiteindelijk een goede werver bent, hangt onder meer af van je enthousiasme en plezier dat je erin hebt en uitdraagt. Leg de lat niet meteen te hoog en probeer uit wat wel werkt en wat niet werkt. In het begin is het misschien een beetje onwennig, maar uiteindelijk gaat het steeds beter en gaat het bijna vanzelf. Maak het niet te zwaar, maar houd het luchtig en speels en doe het op je eigen manier, maar stel wel altijd de vraag: 'Bent u al lid?'.

bezoekerscentrum Tiengemeten



Je hebt iets te bieden



Ontwikkel je eigen stijl

Opbouw gesprek

- Welkom
- Maak een praatje, toon interesse (zie [Je houding](#)).
- Bouw dan een brugje naar 'DE VRAAG'
- Het belangrijkste van ledenwerven is gewoon: stel de VRAAG!
- Zorg dat je altijd de ledenwerffolder bij je hebt
- Aanspreken en overhalen

In de [bijlage](#) staan twee scripts die je kunt volgen bij een gesprek.

Gespreksaanleidingen

Hieronder staan voorbeelden van gespreksaanleidingen die je kunt gebruiken om bezoekers welkom te heten en met hen in gesprek te gaan. En zorg ook voor een gesprek bij afscheid 'Heeft u het fijn gehad. tot ziens? Bent u geïnteresseerd in het jaarprogramma?'

Algemeen

- Hebt u gewandeld? Welke wandeling heeft u gedaan? Ja, mooi is die hè? Vooral... Komt u in het voorjaar eens terug als de rododendrons bloeien. Dan is het hier ook heel kleurrijk. Eigenlijk is het hier het hele jaar door mooi.
- Deze natuur, dit gebied, zo prachtig. En zo fijn dat u daar zo van geniet. Daar doen we als Natuurmonumenten in ieder geval erg ons best voor. Ik ben trots om daaraan bij te dragen! Maar dat kunnen we alleen als we ons met velen hard blijven maken voor

de natuur. Want het lijkt vanzelfsprekend. Maar dat is het niet. De natuur heeft iedereen nodig!

- Wist u dat Natuurmonumenten daar ... (iets over aansprekende beheerwerkzaamheden, om het gebied in ere te herstellen, natuur te versterken, soort terug te laten keren, etc.). Zodat u daarvan kunt blijven genieten. En uw (klein)kinderen ook in de toekomst.
- Komt u hier uit de buurt? Fijn hè om zo'n natuurgebied in de buurt te hebben. Waarom komt u hier vooral? (wandelen? met kinderen? fietsen? waar dan naartoe? oh wist u dat we daar een hele mooie route hebben? met de hond?) Door Natuurmonumenten weet u ook zeker dat dit gebied voor altijd beschermd is.
- Daarvoor kunnen we niet rekenen op de overheid, dat moeten we als Nederlanders samen doen. Dus doe ook mee!



Toon altijd interesse



Heet je bezoekers altijd welkom



Uit een test in een paar bezoekerscentra weten we dat het fijn is om [twee scripts](#) te hebben: één voor achter de balie / kassa en één voor in de ruimte van het bezoekerscentrum / buiten / informatiepunt. Dit moet een bondige specifieke tekst zijn. De variant achter de balie is kort en richt zich op voordelen en het premium. Het script voor in de ruimte als je rondloopt, gaat meer in op de inhoud. De proef leerde dat een script de werver zekerheid geeft.

Natuur

- Wist u dat we nog steeds proberen gebieden, stukjes natuur aan te kopen? Zodat ook die voor altijd beschermd zijn. Natuur lijkt soms zo vanzelfsprekend. Want het is er toch. Veel mensen denken dat de overheid dit oplost. Dat is niet zo. Zonder dat we het door hebben verdwijnt er steeds meer groen in Nederland. Er komt steeds meer intensieve landbouw, wegen, bebouwing. In Europa zijn wij zelfs het slechtste jongetje van de klas. We hebben de minste m² natuur per inwoner. En als wij er als Nederlanders niets aan doen, wordt het steeds minder. En natuurlijk moeten we allemaal wonen, werken en ons verplaatsen. Maar, liever niet ten koste van de natuurgebieden.
- Als ik er dan over nadenk hoeveel natuur er eigenlijk al tijdens mijn leven verdwenen is, dan schrik ik altijd. Het lijkt wel of steeds meer groene ruimte volgebouwd wordt. En wat als dat in hetzelfde tempo doorzet? Hoe ziet het Nederland voor onze kinderen er dan uit?

- Gelukkig doen wij er wat aan. En met succes. We kopen natuur om te beschermen voor altijd. We creëren nieuwe natuur. Voor ons allemaal. Zodat wij er van kunnen genieten. Want we hebben natuur nodig.
- Hoe meer mensen helpen, hoe meer we kunnen doen. Dus doe ook mee! Kleine bijdrage, groot effect.
- Denk ook aan *Bescherm de Kust*. Met meer dan 100.000 handtekeningen hebben we een wetswijziging voorkomen! We hebben voorkomen dat bouwen aan de kust gemakkelijk wordt.
- Maar ook dichterbij huis: u moet er toch niet aan denken dat dit natuurgebied er niet zou zijn, dat er gebouwd zou worden?
- Dat is toch wel mooi hè? Dat we door krachten te bundelen écht iets voor elkaar krijgen. Maar we moeten ons wel sterk blijven maken! Dus doe ook mee. Als we allemaal een kleine bijdrage doen, realiseren we gezamenlijk grote effect voor de natuur. Voor de toekomst van uw (klein)kinderen.

Beleving bij verschillende doelgroepen

- **Wandelaars:** dag dames! Met vriendinnen op pad? Heeft u genoten? Wat heerlijk hè om samen de natuur in te trekken? Zo fijn dat die natuur er is. Het lijkt zo vanzelfsprekend. Als je naar buiten kijkt zie je op veel plekken groen om je heen.
- **Hardlopen:** wist u dat Natuurmonumenten veel samenwerkt met sportorganisaties om buitensport mogelijk te maken? Door routes uit te zetten, aan te leggen. Want de natuur is de grootste sportschool van Nederland. En dat lijkt vanzelfsprekend, maar dat kan alleen met de steun van vele mensen. Dus als iedereen een kleine bijdrage doet, kunnen we met elkaar grote invloed hebben.
- **Cultuurliefhebbers:** Ja, mooi hè, die landhuizen op deze buitenplaatsen. Ze vertellen het verhaal van Nederland in de gouden eeuw. Zelfs de beroemde Rembrandtportretten van Marten & Oopjen hebben jarenlang in Schaep & Burgh gehangen. (= houd het inhoudelijk dichtbij: in het bezoekerscentrum in 's-Graveland geef



10 tips van een excursieboswachter

'Ik zorg altijd dat ik een leuke aanbieding heb als ze nu lid worden (ik heb dus altijd een ledenwerffolder en pen bij de hand) en ik gebruik deze 10 ledenwerftips.'

Herman Veerbeek, boswachter en excursieleider beheereenheid Zuid-Veluwe en IJsselvallei

- 1 Zeg dat ze mede-eigenaar worden van meer dan 100.000 hectare natuur.
- 2 Vertel ook dat ze kortingen op excursies en artikelen krijgen, soms bij acties en evenementen.
- 3 Betaal meteen contant het verschil terug als ze bij een excursie alsnog lid worden.
- 4 Geef meteen het boek *Beleef de natuur* mee, of laat het in elk geval zien.
- 5 Geef een cadeautje mee ter waarde van ongeveer €10,- (bijvoorbeeld een Dopper-fles of routeboekje voor de eigen omgeving).
- 6 Wijs kort op onze invloed in Den Haag met meer dan 700.000 leden.
- 7 Noem aftrek van belasting als goed doel en benoem dat Natuurmonumenten veel heeft bereikt in meer dan 100 jaar.
- 8 Laat ze altijd zelf de folder invullen en het bedrag bepalen wat ze kwijt kunnen of willen, zeg hoe meer hoe liever, noem als minimum de prijs van een kopje koffie per maand.
- 9 Willen ze nog even wachten, zeg dan dat deze voordelen nu gelden en ze niet alles krijgen als ze zich later opgeven via de website.
- 10 Vermijd discussies, willen ze nu geen lid worden of zijn ze al lid van een andere organisatie, dan "misschien een volgende keer."

WERVINGSVAARDIGHEDEN

je een voorbeeld van het herstelplan of vertel een historisch verhaal over de buitenplaatsen).

- Wist u dat Natuurmonumenten met 2.600 gebouwen Nederland verrijkt. 575 rijksmonumenten waaronder 60 buitenplaatsen, 15 forten en 20 molens. Omdat het onderhoud zo duur is, hebben veel van deze panden een andere bestemming (bijvoorbeeld verhuur). We vinden het belangrijk om ze te behouden om te voorkomen dat het erfgoed verloren gaat. Net als de natuur is het ons erfgoed, onze geschiedenis. Daar moeten we zuinig op zijn. De laatste jaren proberen we de gebouwen steeds vaker open te stellen voor speciale gelegenheden. Dan kunt u er ook van genieten.
- **Mensen met een hond:** bespreek waar de hondenlosloopgebieden zijn.
- **Mensen met een verrekijker:** wijs op soorten of waarnemingen en vertel wat Natuurmonumenten doet om de leefomgeving van soorten te verbeteren. Aansprekende succesverhalen: de otter, de kraanvogel, de das, etc.

OERRR

Praat altijd positief over kinderen en natuurbeleving. Vermijd daarom zinnen zoals 'Kinderen zitten te veel achter een scherm' of 'Kinderen worden te dik van het binnen zitten'. Het is de bedoeling dat OERRR altijd positief uitgedragen wordt!

- Lekker met de kinderen op pad? Wat is dat toch fijn hè, om ze even 'uit te laten razen' buiten. Fijn voor u maar ook zo belangrijk voor de kinderen, toch? Bent u in het bos geweest of in speelnatuur? Wist u dat we op steeds meer plekken in Nederland speelnatuur openen? Natuurmonumenten vindt het heel belangrijk om de waarde van natuur ook aan kinderen door te geven. Daarom is er OERRR.
- Zijn jullie op pad geweest met de speurtocht? Wat vond je het leukste tijdens de tocht? (gericht op het kind:) Kennen jullie OERRR? (gericht op ouders:) Met OERRR krijg je elk seizoen post. Je ontvangt kaarten waarmee je buiten de natuur kunt ontdekken. Als je dan even niet weet wat je buiten kunt doen...

dan pak je je kaarten van OERRR. Voorbeeld laten zien.

- Ik zie rode wangen! Hebben jullie fijn buiten gespeeld? Wist je dat we super avontuurlijke speurtochten van OERRR hebben? Met OERRR krijgen jullie allerlei leuke tips om buiten te spelen.
- Heerlijk buiten zijn, heeft u een fijne wandeling gemaakt? Voor Natuurmonumenten is het belangrijk kinderen te betrekken bij de natuur. Met OERRR doen we dat al vanaf hun geboorte. Je kunt je kind laten opgroeien met de natuur...
- Stoer hoor dat jullie ook met dit slechte weer naar buiten gaan, echte OERRR kinderen! Kennen jullie OERRR? ...
- Hier kun je heerlijk spelen met zand en water, wisten jullie dat we met OERRR veel meer van dit soort plekken maken? Jullie kunnen helpen door je aan te sluiten bij OERRR want dankzij jullie bijdrage kunnen we deze plekken voor kinderen maken en onderhouden. Via OERRR vertellen we je waar er nog meer van dit soort plekken zijn en wat je allemaal in de natuur kunt doen.



De wereld van OERRR ontdekken



Deze basiskennis hebben ledenwerfers altijd paraat:

- Wat zijn de voordelen voor leden?
- Waarom is werving van belang voor de natuur?
- Wat zijn actuele zaken in het gebied en bij Natuurmonumenten?
- Wat is het programma van OERRR?



Alle kinderen naar buiten

WERVERS ENTHOUSIAST MAKEN EN HOUDEN

Het werven gebeurt door iedereen: het hele team van de beheereenheid of het bezoekerscentrum, vrijwilligers, excursieleiders, schippers, etc.
Hoe houden we elkaar enthousiast en hoe blijven we enthousiast?



WERVERS ENTHOUSIAST MAKEN EN HOUDEN

De coördinator

- Geef altijd het goede voorbeeld. Wees positief, enthousiast!
- Deel het Handboek Werving met je team en de vrijwilligers. Maak een map met alle relevante informatie voor werving.
 - Wervingsposters en -folders
 - De doelstelling, het jaarplan en de resultaten
 - Waarom werven
 - Voordelen voor leden
 - Actuele zaken in het gebied
 - Actuele zaken die spelen bij Natuurmonumenten
- Wees er altijd bij op drukke momenten. Werven doe je met elkaar, jij bent het voorbeeld.
- Vier je successen. Trots zijn deel je met elkaar. Plan dit in na een wervingsdag.
- Kies vaste momenten om iedereen op de hoogte te houden van de resultaten en de tussenstand. Minimaal elke maand. Of kies hiervoor een creatieve vorm.



Geef elkaar het voorbeeld

Team bezoekerscentrum of beheereenheid

- Vertel je collega's regelmatig waarom werving belangrijk is (zie [Hoofdrede werving](#)).
- Vertel je collega's wat de jaardoelstelling is die jullie met de hele beheereenheid willen realiseren.
- Bespreek met het team hoe je de doelstelling wilt verdelen over het jaar: via excursies, drukke weekenden speciale dagen of activiteiten. Bespreek dit en vraag betrokkenheid.
- Laat deze doelstelling en jaarplanning altijd terugkomen op het teamoverleg.
- Gaat het goed? Geef elkaar complimenten en leg uit waardoor de werving succesvol is. Gaat het niet goed? Analyseer de zwakke punten en los deze met elkaar op. Zet je topwervers in als ambassadeurs in het team.
- Vier je successen.



Vier je successen

Vrijwilligers

Huidige vrijwilligers

- Elke vrijwilliger moet weten waarom werving belangrijk is (zie [Hoofdrede werving](#)).
- Werving is veel logischer als je weet wat de jaardoelstelling is.
- Bespreek met elkaar in het vrijwilligersteam hoe je de doelstelling wilt verdelen over het jaar: via excursies, drukke weekenden, speciale dagen of activiteiten. Bespreek dit en vraag hun inzet.
- Laat deze doelstelling en jaarplanning altijd terugkomen in alle contacten met alle vrijwilligers: overleg, nieuwsbrief, korte mailtjes, etc.
- Gaat het goed? Geef elkaar oprechte complimenten en leg uit waardoor de werving zo succesvol is. Gaat het niet goed? Analyseer de zwakke punten en los deze met elkaar op. Zet de topwervers in als ambassadeurs in de vrijwilligersgroep.



Gaat het goed? Geef complimenten!

WERVERS ENTHOUSIAST MAKEN EN HOUDEN

Nieuwe vrijwilligers

- Bij een intakegesprek van nieuwe vrijwilligers (als baliemedewerker, vrijwillige boswachter, promotie-medewerker, etc.) is het belangrijk om al meteen en expliciet aan te geven dat er verwacht wordt dat ze leden werven.
- Geef aan dat ze hiervoor alle ondersteuning, middelen, een gastheerschapstraining en wervingstraining krijgen.
- Het hoort erbij als je de natuur van Nederland wilt beschermen. Van een nieuwe vrijwilliger, die een publieksfunctie heeft, wordt verwacht dat hij ook graag leden werft voor de natuur.
- Neem geen mensen meer aan die ledenweaving niet zien zitten.

Betrek je leidinggevende

- Vraag de gebiedsmanager om ledenwerving belangrijk te maken in het team. Maak het hele team verantwoordelijk voor werving.
- Vraag of je leidinggevende in elk kerngesprek ledenwerving op de agenda zet. Zodat elke medewerker weet dat je ledenwerving met elkaar doet.
- Vraag of je leidinggevende de resultaten wil delen in het team. Minimaal één keer per maand. Niet alleen per e-mail, maar ook live, om te enthousiasmeren.
- Laat je leidinggevende zelf ook 1 à 2 keer per jaar ledenwerven tijdens een activiteit of evenement.



Leden werven doen we allemaal



Na een training is werving nog leuker.

TIPS VAN COLLEGA'S

Eigenlijk is dit hoofdstuk het allerbelangrijkst: deel je successen met elkaar!
Kijk ook eens in de keuken van je collega's op andere locaties in het land.



TIPS VAN COLLEGA'S

Evenementen

Pake en beppe-week: wormen prikken

"Tijdens de 'Pake en beppe-week' in het Natuurmuseum Leeuwarden zijn er in negen dagen ongeveer 4.500 bezoekers geweest en hebben we 65 nieuwe OERRR-leden geworven! Het wormen prikken was een populaire activiteit. Kinderen kwamen soms een paar keer terug om als een grutto naar wormpjes te speuren in de potgrond."

*Hanneke Wijnja,
beheereenheid Friese weiden en Wadden*

Levende kerststal

"Tijdens de kerstperiode hebben we 127 nieuwe leden geworven: 52 voor Natuurmonumenten en 70 voor OERRR. We hebben een levende kerststal gebouwd in de schuur, en daarnaast een kerstmarkt georganiseerd. Mooi bij elkaar en dicht bij de horeca; een ideaal uitje voor gezinnen. Ledenwerving doen we bij de ingang van de schuur, hier zetten we altijd twee hekken neer waardoor je als het ware een trechter vormt waardoor mensen binnenkomen. Bij de ingang zetten we altijd twee mensen neer (tijdens drukke dagen) om iedereen te verwelkomen. In samenwerking met de horeca hebben we een waardebon ingezet van €10,-."

*Hanne-Wil Kievitsbosch,
beheereenheid Groningen en Noord-Drenthe*

Landgoeddag Haarzuilens

"Op de landgoeddag hebben we ingezet op OERRR. In totaal hebben we 36 nieuwe OERRR leden geworven. Ons aanbod was: 'Word vandaag lid van OERRR en ontvang de stempelkaart (t.w.v. €7,-) gratis + een fles Coelhorster appelsap.' Zo heeft een nieuw lid direct de helft van het OERRR lidmaatschap terugverdiend. Als mensen geen geld bij zich hebben, kunnen ze toch meedoen met de activiteit door een lidmaatschapskaart in te vullen en te betalen met pin."

*Floor Woortman,
beheereenheid Utrecht*



TIPS VAN COLLEGA'S

Succesvol werven door het jaar heen

Pachters werven

"Tijdens gesprekken met pachters aan het einde van het jaar, over nieuwe contracten, stel ik regelmatig de vraag of zij bereid zijn om lid van Natuurmonumenten te worden. Als je pachter bent van Natuurmonumenten, dan kán het niet zo zijn dat je geen lid wilt worden of bedrijfs-supporter. De pachters en ik hebben door de jaren heen een goede band opgebouwd en dat wordt nu beloond. In De Wieden zijn er 75 pachters die een lidmaatschap van Natuurmonumenten hebben en ik ga door!"

*Sylvie Tuinman,
beheereenheid De Wieden*

Topjaar ledenwerving

"We hebben in 2017 een topjaar gedraaid: 612 nieuwe leden, als we het online activiteitensysteem meerekenen. Vorige jaren haalden we met de nodige moeite 300 of soms 400 leden. Er zijn een paar verklaringen te bedenken: allereerst het enthousiasme van ons balieteam, het vernieuwde huiselijke bezoekerscentrum waarbij het ledenaanbod op verschillende plekken duidelijk gepresenteerd wordt, de prachtige Natuurmonumenten-filmpjes en presentatie op het grote scherm bij de maquette, een gevarieerd premium-pakket met onder andere de Dopper, een pluchen lammetje of het populaire Dwingelderveldboek. En het helpt ook dat het economisch beter gaat..."

*Casper de Jong,
bezoekerscentrum Dwingelderveld*

Verjaardagsfeestjes op Belevenisboerderij Schieveen

"Het grootste succes komt door de opzet van de **kinderfeestjes op de Belevenisboerderij**. We richten ons hier op het werven van OERRR-leden. Dus focus op een lidmaatschap. Mensen doorlopen de hele klantreis. Van de uitnodigingen die meegestuurd worden bij bevestiging tot een mailtje achteraf met een groepsfoto en een link naar de website. Maar, eerlijk is eerlijk, het belangrijkste is het prijsverschil tussen leden en niet-leden. Hierdoor hebben ouders maar een klein duwtje in de goede richting nodig om lid te worden."

*Natascha Hokke,
beheereenheid Rotterdam en Nieuwkoopse Plassen*



TIPS VAN COLLEGA'S

Inspirerende ideeën

Houd de stand bij op een leuke manier

- “Op Bezoekerscentrum Veluwezoom en Gooi en Vechtstreek hebben we een boom met een eekhoortje en eikels. Bovenaan staat onze doelstelling en de eekhoorn klimt steeds hoger de boom in en op de eikels staat het aantal geworven leden (wordt bijgehouden door een vrijwilligster).”
- Op Tiengemeten is er een keien-bak, voor elk nieuw geworven lid wordt er een kei gestapeld: op deze manier maak je de voortgang zichtbaar. “We zien hoe ver we nog van onze target af zijn, óf beter nog: dat we eroverheen gaan!”
- In een heidegebied: maak een schaapskudde die van de ene naar de andere gebied gaat. Elk schaapje staat voor 10 leden.



Houd de stand bij op een leuke manier

Meer successtips van collega's

- We zoeken per evenement naar een extra trigger (iets wat ons persoonlijk ook over de streep zou trekken om lid te worden). Dit jaar konden volwassenen bijvoorbeeld ook kiezen voor een boomschijf, we hebben zelf voorbeelden gemaakt wat mensen hier thuis mee konden doen.
- We steken er als organiserend team veel energie in, maar ook collega's uit onze beheereenheid zijn gemotiveerd om mee te helpen tijdens drukke dagen en met de voorbereiding. Het is belangrijk om alles goed te organiseren zodat we tijdens de evenementen ook veel plezier met z'n allen hebben. Als je dit overdraagt op de vrijwilligers dan straalt je met z'n allen veel warmte uit, wat veel bezoekers waarderen!
- Bij de werving van OERRR-leden hebben we als premium een puzzel uit de webwinkel ingezet. Die kregen ze ter plekke mee als extra cadeau als ouders hun kinderen inschreven. Daarnaast merk ik dat zowel ouders als kinderen veel plezier beleven op onze locatie. Door hun enthousiasme is het vaak extra gemakkelijk om ze in te schrijven.
- Ik heb het afgelopen jaar veel nieuwe vrijwilligers aangenomen; specifiek voor evenementen en onderhoud omdat we hier zo veel bezoekers over de vloer krijgen. Bij de intakegesprekken heb ik de vrijwilligers meteen meegegeven dat ledenwerving er zeker bij hoort. We merken dat deze nieuwe vrijwilligers dit met plezier doen.



Leden en niet-ledenprijzen in de winkel



Enthousiaste wervers bij de ontvangst.

ADMINISTRATIE ACHTER LEDENWERVING



Aanmelden van geworven leden

Natuurmonumenten-leden en OERRR-leden

Nieuwe leden met je aan via het webformulier; dit werkt op je tablet, computer of telefoon. Zo ontvangen mensen sneller hun welkomstcadeau (de inschrijving gaat direct naar ons ledenbestand in KIM). Zorg ervoor dat je de gegevens zelf invult. In deze [handleiding](#) lees je hoe je met het webformulier kunt werken.

Welkomstraject voor nieuwe leden

Natuurmonumenten-lid

- Nieuwe leden die zichzelf online aanmelden of aangemeld worden via het online webformulier, ontvangen per e-mail een bevestiging. Nieuwe leden die via antwoordkaarten door Ledenservice worden ingevoerd ontvangen geen e-mail.
- Vervolgens ontvangen alle nieuwe leden – onafhankelijk van de manier van inschrijven – binnen 2 weken na inschrijving als welkomstcadeau het boek *Beleef de natuur* met daarbij de welkomstbrief en de ledenpas. Vervolgens ontvangen nieuwe leden vier keer per jaar het magazine *Puur Natuur*.
- Nieuwe leden die door de beheereenheid of het bezoekerscentrum via het online webformulier zijn aangemeld en meteen het welkomstcadeau hebben meegekregen, ontvangen later alleen nog de welkomstbrief met ledenpas.
- Daarnaast ontvangen de nieuwe leden de eerste maanden e-mails van de boswachter. In deze e-mails worden ze uitgenodigd in het natuurgebied in hun directe omgeving en krijgen ze tips voor excursies, activiteiten en routes.

OERRR-lid

Ouders van nieuwe OERRR-leden ontvangen per mail een bevestiging van de aanmelding van hun kind. Vervolgens ontvangt het kind binnen enkele weken de eerste kaarten, de pas van OERRR en het welkomstcadeau.

Ingevulde antwoordkaarten

Ingevulde antwoordkaarten met de gegevens van de nieuwe Natuurmonumenten-leden en OERRR-leden stuur je per post naar de Ledenservice. De Ledenservice scant deze kaarten in en bewaart de gegevens. Dit is nodig vanwege de wet AVG die in mei 2018 van kracht werd.

Rapportage van de nieuwe leden

Je kunt bijhouden hoeveel nieuwe leden jullie voor Natuurmonumenten en OERRR geworven hebben:

- Via de [maandrapportage](#) kun je zien hoeveel er de afgelopen maanden geworven is.
- **Voor Natuurmonumenten-leden:** via het dashboard in KIM – het staafdiagram ‘Nieuwe leden per landsdeel / beheereenheid / BC’ – real time
- **Voor OERRR-leden:** via het dashboard in KIM – de cirkel-grafiek ‘aantal per landsdeel’

Op dit moment worden de geworven leden uit het online activiteitensysteem nog niet vermeld in de maandrapportages. Elk kwartaal wordt een apart overzicht toegevoegd aan de maandrapportage, zodat je wel inzicht krijgt in de aantallen. Aan het einde van het jaar worden deze leden meegerekend bij jouw totale wervingsdoelstelling. Uiteindelijk worden deze aantallen zichtbaar in de maandrapportages.

Vergoeding per lid

Voor elk geworven lid voor Natuurmonumenten of OERRR, ontvang je als bezoekerscentrum of beheereenheid een vergoeding van €10,-. Dit betalen we in het tweede kwartaal van het volgende jaar uit.

Doelstelling

Jaarlijks worden de nieuwe ledenwerfdoelstellingen voor Natuurmonumenten en OERRR in december vastgesteld. We kijken naar kansen en zullen jaarlijks beoordelen of de doelstelling iets ambitieuzer kan. Of ambitieuzer moet. Want we willen een stabiele achterban houden van minimaal 700.000.

Bespreek regelmatig binnen je beheereenheid hoe het gaat met ledenwerven. Loop je nog op koers of moet je een tandje bij zetten? Heb je no hulp of extra capaciteit nodig? Maak elkaar bewust van de ledenwerfdoelstelling waar je met elkaar verantwoordelijk voor bent.

BIJLAGEN



Het merkverhaal

Wij houden van de natuur. Natuur laat je leven. En wij laten de natuur leven.

Natuur laat je leven

Iedereen houdt op zijn eigen manier van de natuur. We vinden in de natuur inspiratie, verwondering, ontspanning. De natuur geeft ons ruimte om te bewegen, te spelen, te leren, te ontdekken, tot onszelf te komen. Of je nu in de tuin zit of door een bos wandelt, natuur laat je voelen dat je leeft. De natuur maakt je gezond en gelukkig.

Voor en door ons allemaal

Natuurmonumenten geeft gelegenheid aan mensen om de natuur te beleven zoals zij dat zelf willen door natuurgebieden te beschermen, te vergroten en toegankelijk te maken. Natuurmonumenten is een ondernemende en actieve beweging, die alle mensen die van de natuur houden bij elkaar brengt. De natuur is van iedereen en voor iedereen. En iedereen kan meedenken, meepraten en meedoen.

Ontwikkeling voor de toekomst

Namens, maar vooral ook met die mensen werkt Natuurmonumenten aan een natuurlijk Nederland voor huidige en toekomstige generaties. Samen verrijken we ons land met bestaande en nieuwe natuurgebieden. Eigenzinnig, gedreven, maar met oog voor de steeds veranderende omgeving, realiseren we onze droom van een land waarin natuur de basis van het leven is.

Al die, misschien wel 17 miljoen, manieren om van de natuur te genieten zijn even waardevol. Voor ieder persoonlijk en voor de natuur. Want wie ervaart hoe waardevol de natuur is voor zijn persoonlijk leven, komt voor de natuur op wanneer ze bedreigd wordt én zet zich in wanneer er kansen zijn om haar te versterken. De natuur is een vanzelfsprekend onderdeel van ons leven.

Natuurmonumenten in het kort

Wij houden van de natuur. Natuur laat je leven. En wij laten de natuur leven.

Hoe? Door iedereen op zijn eigen manier van de natuur te laten genieten. Want de natuur inspireert en verwondert. De natuur geeft ruimte om te bewegen, te spelen, te leren, tot jezelf te komen.

Daarom zetten we ons in om natuur alle ruimte te geven. We beschermen wat er is. En we vergroten en versterken de natuur waar dat kan. Dat doen we namens, maar vooral ook met al die Nederlanders die ook van de natuur houden. Want: wie zich bewust is van de waarde van de natuur, komt er voor op. Zo veranker je natuurbescherming in de samenleving. **Nu en in de toekomst.**

Het werk van Natuurmonumenten

De Vereniging tot Behoud van Natuurmonumenten is in 1905 opgericht door onder andere natuurbeschermers van het eerste uur Jac. P. Thijssen en Eli Heimans. Zij wilden hiermee voorkomen dat de gemeente Amsterdam het Naardermeer zou gebruiken als vuilstortplaats. Het Naardermeer was dan ook de eerste aankoop van de vereniging in 1906. De doelen van toen zijn nog steeds actueel. Nog altijd staat natuur onder druk en moet Natuurmonumenten grond veiligstellen door aankopen.

Natuurmonumenten is een vereniging van leden die samen zorgen voor natuur in Nederland. Natuurmonumenten verworft en beheert sinds 1905 waardevolle natuurgebieden en cultuurhistorische landschappen. Met steun van 735.000 leden, 4.100 vrijwilligers, sponsors en rijksbijdragen beschermen we 355 natuurgebieden en 955 monumentale gebouwen. In Den Haag en Brussel komen we op voor natuurherstel. Zo blijft steeds meer bos, heide, duin en bloemrijk grasland behouden, en kan iedereen ervan blijven genieten.

Waarom is natuurbescherming noodzakelijk?

• *Toenemende welvaart*

De industriële en de agrarische revolutie, de bevolkingstoename en de economische groei na de Tweede Wereldoorlog maakten van Nederland één van de welvarendste (rijkste en snelst groeiende) landen ter wereld. Voor die vooruitgang is heel veel natuur opgeofferd. In een openbaar register van 1832 wordt nog ruim 900.000 hectare aangemerkt als 'woeste grond'. In 1989 was van deze onaangetaste gebieden minder dan de helft over!

Tegenwoordig bestaat nog maar 40% van ons landoppervlak uit nagenoeg onaangetaste natuurgebieden. Kwetsbare planten- en diersoorten sterven in rap tempo uit en voor ontspanning, frisse lucht en eindeloze vergezichten moeten we steeds verder van huis. De balans tussen economie en ecologie is dusdanig verstoord, dat we zelf last krijgen van de manier waarop we

omgaan met onze natuur, terwijl we daar juist onlosmakelijk mee verbonden zijn.

• *Bedreiging van de natuur*

Eind 2010 beschermde Natuurmonumenten met steun van velen 355 natuurgebieden, met een totale oppervlakte van bijna 103.000 hectare. Daaronder vallen: duinen, heide, veenweiden, bossen, beken, plassen, moerassen, kwelders, uiterwaarden, stuifzanden en cultuurhistorische landgoederen. Ondanks dit mooie resultaat is de totale oppervlakte beschermde natuur in Nederland verre van toereikend om kwetsbare dieren en planten te behouden. De natuur wordt bovendien voortdurend bedreigd door stadsuitbreiding, nieuwe bedrijfsterrainen en extra infrastructuur. Natuurgebieden versnipperen en raken verder geïsoleerd. De intensieve landbouw veroorzaakt verdroging en vermessing, wat de nekslag is voor kwetsbare soorten. Klimaatverandering zorgt voor nieuwe bedreigingen. Om te overleven moeten temperatuurgevoelige dieren en planten noordwaarts kunnen meebewegen met opschuivende klimaatzones. Dat kan via groene verbindingen tussen natuurgebieden, maar nog niet alle natuurgebieden zijn optimaal verbonden met elkaar.

Doelstelling Natuurmonumenten:

Natuur verwerven, goed beheren, vergroten en verbinden
Om natuur te beschermen, verworft Natuurmonumenten met steun van leden kansrijke gebieden. Die richten we zo goed mogelijk in en beheren we zo, dat kwetsbare dieren en planten er kunnen overleven en mensen ervan kunnen genieten. Om kansrijke natuur te creëren, richt Natuurmonumenten zich op politici en bestuurders en pleit bij hen voor voldoende schoon water en schone lucht. Bestaande natuurgebieden proberen we uit te breiden en met elkaar te verbinden, zodat dieren en planten de ruimte krijgen. We richten ons niet alleen op onze eigen natuurgebieden, maar komen op voor alle natuur in Nederland.

De kracht van Natuurmonumenten

- *Natuurmonumenten is er voor alle Nederlanders*
Natuurmonumenten spant zich in om zoveel mogelijk mensen te verbinden met de natuur en met de vereniging. Zo zijn recreanten en natuurliefhebbers welkom in onze gebieden. In zeven regionale bezoekerscentra bieden we honderden natuuractiviteiten aan. Ook zorgen we voor de aanleg en het onderhoud van wandel- en fietspaden, vaarroutes, uitkijkpunten en informatieborden.
- *Natuurmonumenten is een onafhankelijke vereniging*
Natuurmonumenten is een onafhankelijke vereniging. Het bestuur telt twaalf leden die de koers en de hoofdlijnen van het beleid vaststellen. De bestuursleden leggen verantwoording af aan de ledenraad, die de leden in 12 ledencommissies vertegenwoordigt. Een commissie van deskundigen adviseert over het beheer van de gebieden. Leden hebben dan ook inspraak in projecten. Natuurmonumenten heeft geen politieke kleur en het beschermen van de natuur staat voorop.

Natuurmonumenten handelt kostenefficiënt en is transparant

De organisatie maakt jaarlijks inzichtelijk hoe het geld wordt besteed. Natuurmonumenten opereert zo kostenefficiënt mogelijk en is transparant over haar inkomsten en uitgaven (zie [digitaal jaarverslag](#)).

Als lid van Natuurmonumenten profiteer je direct!

Als lid van Natuurmonumenten steun je niet alleen de natuur maar heb je zelf ook direct toegang tot unieke natuuractiviteiten zodat je bijzondere dingen in de natuur kunt beleven! Dit door korting op allerlei natuurgerelateerde activiteiten/excursies én korting op producten in de webwinkel van Natuurmonumenten.

En wat nog meer...

- *CBF Keurmerk*
Het Centraal Bureau Fondsenwerving (CBF) verleent een keurmerk aan fondsenwervende instellingen. Dat keurmerk staat garant voor verantwoorde fondsenwerving en besteding door goede doelen. Het keurmerk wordt afgegeven voor een periode van 3 jaar, waarbij jaarlijks wordt getoetst of de organisatie nog aan de gestelde criteria voldoet. De wervingskosten (dat zijn de kosten die doelen maken om onze inkomsten uit fondsenwerving te realiseren) van de aangesloten organisaties moeten onder de 25 procent zijn. Dit betekent dat, wil men het keurmerk verdienen en behouden, niet meer dan €0,25 mag worden uitgegeven om €1,- te werven.
Natuurmonumenten heeft dit CBF-keur. Dit betekent dat Natuurmonumenten de mensen die jij aanspreekt garandeert dat de donatie die zij doen ook daadwerkelijk aan natuurbescherming wordt besteed!
- *ANBI (Algemeen Nut Beogende Instelling)*
Natuurmonumenten heeft het ANBI certificaat.

De droom

In 2027 doen alle kinderen iets goeds voor de natuur, doordat ze met OERRR dingen hebben beleefd in de natuur die ze nooit zullen vergeten en ontdekken ze hoe ze de natuur kunnen helpen.

OERRR is

Prikkelen, zintuigelijk, grensverleggend, avontuurlijk, ongepolijst en heeft lef!

Alle activiteiten en uitingen van OERRR moeten aan deze begrippen voldoen. De activiteiten en communicatie van OERRR zijn dus net zo prikkelend en grensverleggend als OERRR zelf. De persoonlijkheid van OERRR staat niet los van de doelgroep. OERRR kijkt altijd door de ogen van een kind. OERRR stimuleert kinderen om de natuur op een hun eigen wijze te ontdekken. Laat hen genieten van het buiten zijn, grenzen verkennen, op gaan naar het avontuur, ruiken, proeven en luisteren naar en in de natuur. Wij delen het enthousiasme voor de natuur en ontsluiten de beleving van magische momenten zoals de avond-tocht door het bos met een roepende bosuil, met je rug tegen een oude wijze eik en luisteren naar de geluiden van natuur, springen op het trilveen, of thee zetten van de zelf geplukte munt. Hierdoor zorgt OERRR dat er een beweging tot stand komt: kinderen ervaren met OERRR hoe leuk en belangrijk de natuur is en willen iets doen voor de natuur! En ouders vinden het vanzelfsprekend om een abonnement op OERRR af te sluiten en activiteiten te ondernemen in onze gebieden.

Algemeen

- Het mag brutaler en speelser. Zichtbaar zijn is de eerste stap naar werving.
- Het totale plaatje moet kloppen; van het parkeren tot de horeca-ontvangst. Let op de gastbeleving. Hierin mag Natuurmonumenten zichtbaar zijn. Dus bij volle parkeerplaats actie ondernemen door verkeersregelaar of collega in te zetten.

Zichtbaarheid

- Begin met betere algemene zichtbaarheid van Natuurmonumenten: vlaggen, banieren, posters.
- Zorg ook voor meer informatieve zichtbaarheid van Natuurmonumenten: wees zichtbaar in de grote en de kleine dingen, dus van informatiepaneel tot aan speelgoed voor kinderen.
- Zorg voor zichtbaarheid in de horeca maar niet van de horeca. Plaats geen afzender of logo op middelen van de horecaondernemer waardoor Natuurmonumenten geassocieerd wordt met het functioneren van de horecaondernemer, zoals op schorten, koffiekopjes en menukaarten. Als het alleen gaat om informatie of als wij zelf zorgen voor de horeca, bijvoorbeeld met vrijwilligers, kun je wel zorgen voor zichtbaarheid op deze middelen.
- Plaats middelen met de juiste uitstraling en uitvoering: praktisch, robuust, echt Natuurmonumenten.
- Bijvoorbeeld een mooie tafeldisplay voor buiten:
 - met tafelnummer voor de horecaondernemer en informatie vanuit Natuurmonumenten.
 - kijk of je de buitendisplay kunt vastmaken aan de tafel of verzwaren, zodat hij niet omwaait.
- Een informatiepaneel bij het terras, zodat de klanten direct meer zien van Natuurmonumenten.
 - Bakken met Natuurmonumenten-spelletjes faciliteren, dan hoeft de exploitant niet zelf voor spelletjes

te zorgen die niets met de locatie hebben te maken. Koppel dit eventueel aan OERRR.

- We hoeven dit speelgoed niet zomaar beschikbaar te stellen: overleg met de horecaondernemer over het delen van de kosten.
- Zorg voor informatie op tafel, daar zitten mensen soms te wachten. Geen folders, die worden vies.

Werving

- Werven op het terras is een must! De ondernemer gaat dit zelf zelden doen. Meestal vindt de ondernemer dit prima. Maak een praatje en vraag of mensen lid willen worden. Je vraagt het niet voor jezelf, maar voor een goed doel! Mensen genieten immers van de natuur van Natuurmonumenten; wat een luxe!
- Zet een (echte) boswachter op het terras, zeker in de drukke maanden (dit kan verschillen per locatie). Maak een combinatie van een praatje met werven. In het weekend komen er meer mensen die nog geen lid zijn van Natuurmonumenten dan doordeweeks. Dus hier liggen kansen!
- Op het terras vraag je niet alleen; je geeft ook service. Natuurmonumenten komt als het ware 'naar je toe'. Dit kan met een zichtbaar verhaal, bijvoorbeeld een dienblad met natuurvondsten, of met een kraam. Als het maar leidt tot de vraag of mensen ook meedoen met de bescherming van de natuur.
- Je hoeft niet vooraf te kiezen of je mensen vraagt voor een lidmaatschap van Natuurmonumenten of OERRR. In het gesprek wordt wel duidelijk waarvoor mensen openstaan.
- Regel arrangementen met de horeca, zoals de snertwandeling, etc. Dit kun je laten boeken via het ticketingsysteem van Natuurmonumenten, en de horecaondernemer kan ook reclame maken. Wees creatief en kom samen tot ideeën. Organiseer arrangementen zoveel

mogelijk binnen de openingstijden. Natuurlijk zijn er uitzonderingen, maar dit kost de ondernemer meer geld en moeite. Dit moet worden opgevangen door de andere activiteiten in het jaar.

- Mobiliseer nieuwe klanten (lees 'leden') door middel van je activiteiten. Wees hier creatief in en werk samen met de horecaondernemer. Het onderscheid in leden- en niet-ledentarieef leidt tot ledenwerving. Bijvoorbeeld: een speurtocht die eindigt met een inschrijving voor OERRR.
- Maak het inschrijven gemakkelijk: online, ter plekke digitaal inschrijven.
- Stuur bijvoorbeeld een bijlage van Natuurmonumenten mee met een offerte van de horeca. Daarin geef je informatie over het gebied, geef je de noodzaak aan dat mensen meedoen om het gebied te beschermen (lid worden) en geef je een link naar de website.
- Daarnaast kan er een bijlage bij de bevestiging van de reservering. Dit kan een andere zijn dan bij de offerte, maar leidt tot werving van leden voor Natuurmonumenten of OERRR.

Divers

- Neem medewerkers van horecaondernemer één keer per jaar mee op excursie en praat hen bij over actualiteiten in het veld.
- Leid de medewerkers van de horeca op voor ledenwerving, zodat we het belang van Natuurmonumenten kunnen uitleggen.
- In het algemeen hebben horecamedewerkers geen tijd om te werven. Het is logistiek ook lastig om deze taak uit te voeren tussen hun andere werkzaamheden door. Wel kunnen ze doorverwijzen naar de boswachter, een informatiezuil of het bezoekerscentrum.

Een script kan houvast of inspiratie bieden om het gesprek aan te gaan. Daarom gaan we in deze bijlage iets dieper in op het verloop van een gesprek met een kort en een lang script.

Verloop van het gesprek - variant 1

- 1 Vraag naar de ervaring van de bezoeker met de natuur (zie **Gespreksaanleidingen**).
- 2 Koppel de ervaring van de bezoeker aan het werk dat Natuurmonumenten verricht voor het behoud van de natuur in het gebied. Geef een concreet en zichtbaar voorbeeld van iets dat Natuurmonumenten onlangs in de directe omgeving van jouw bezoekerscentrum of beheereenheid heeft aangepakt.
- 3 Laat de bezoeker weten dat het behoud van de natuur geld kost en dat we daar hulp bij nodig hebben.
- 4 Vraag of de bezoeker lid is van Natuurmonumenten
 - Zegt de bezoeker dat hij al lid is: bedank hem hier dan voor. Bijvoorbeeld: *'Wat fijn dat u lid bent en dat u ons goede werk steunt. Mede dankzij u kunnen we dit prachtige natuurgebied in stand houden'*. Op deze manier doe je meteen aan ledenbinding.
 - Zegt iemand dat hij nog geen lid is: vraag dan of de bezoeker wil meehelpen om de natuur in Nederland te behouden. *'Dit kan al voor €2,75 per maand. De natuur heeft het hard nodig, dus als iedereen een klein beetje bijdraagt dan kunnen we ook in de toekomst blijven genieten van de natuur'*.
 - Als geld een argument is: geef dan een voorbeeld om mensen te laten beseffen dat een lidmaatschap relatief weinig kost: *'Een dagje Efteling kost alleen aan parkeren al €10,- en dan heb je nog het entreegeld - in de natuur kun je onbeperkt genieten, zo vaak als je wilt. Dan is €2,75 per maand eigenlijk heel weinig als je beseft wat je daarvoor krijgt'*.

- Vervolgens kun je ook aangeven welke voordelen een lid nog meer krijgt. *'Als lid krijgt u ook elk nieuw seizoen het magazine Puur Natuur met inspiratie / tips om erop uit te gaan en prachtige natuurfoto's. En als welkomstcadeau ontvangt u het boek Beleef de natuur, met 80 natuurroutes. Bovendien krijgt u kortingen op activiteiten, excursies en aankopen in de winkel of webwinkel'*.
 - *'Maar het belangrijkste is dat u meehelpt om de schaarse en kwetsbare natuur in heel Nederland te behouden'*.
- 5 Nadat iemand lid is gemaakt, bedank je hartelijk voor de steun en je legt uit hoe het verder verloopt: deze persoon ontvangt binnen twee weken (zowel OERRR als Natuurmonumenten) een welkomstbrief met ledenpas, plus het welkomstgeschenk (tenzij dit al meteen is meegegeven).
 - 6 En zegt iemand dat hij geen lid wil worden, besef dan dat je iets hebt meegegeven om over na te denken. Iemand die niet er plekke lid wordt, kan bij een volgend contactmoment alsnog besluiten om lid te worden. Als de bezoeker er nog even over na wil denken, kun je het ledenwerfformulier meegeven of zeggen dat de bezoeker zich altijd via de website van Natuurmonumenten kan aanmelden. *"Wie weet een andere keer."*

Verloop van het gesprek - variant 2

- Bent u een beetje een natuurliefhebber?
- Indien in een natuurgebied mogelijk vragen: Hoe vaak komt u in...noem gebied? Hoe belangrijk is dit gebied voor u? En waarom?
- Vindt u net als ik dat...(noem gebied) en andere natuurgebieden in Nederland behouden en beschermd moeten blijven?
- Gaat u vaak de natuur in? Waar? Waarom?

- Vindt u net als ik dat natuur of...(eerder genoemd gebied) behouden moeten blijven? ...
- Dat is goed om te horen! Helaas is het zo in Nederland dat steeds meer groen, natuur en diersoorten en gebieden zoals (noem gebied/natuur) verdwijnen... Wat vindt u daarvan?
- Daarom hebben wij maar één doel: Opkomen voor de natuur in Nederland. Wij beheren ruim 350 natuurgebieden in Nederland. Zo beschermen wij de natuur en houden die toegankelijk, voor iedereen. Dat moet zo blijven toch? Daarom sta ik hier vandaag.
- Het liefst zou ik natuurlijk zoveel mogelijk mensen willen overtuigen hoe belangrijk het is om te helpen. Bij hoeveel mensen denkt u dat dit mij vandaag al gelukt is? 7...en ik hoop dat u nummer 8 bent!
- Hoe werkt het?
- Door Natuurmonumenten structureel met een klein bedrag per maand te steunen. De meeste mensen zijn lid voor €10,- per maand, oftewel 33 cent per dag, maar €7,50 of €15,- per maand mag natuurlijk ook!
- U bepaalt altijd zelf het bedrag en ook hoe lang u helpt. De reden dat wij vragen om voor langere tijd te helpen is, dat Natuurmonumenten dan beter kan inschatten hoeveel er te besteden is en projecten kan plannen op lange termijn, waardoor we Nederlandse natuur beter kunnen beschermen!
- En daar gaat het om niet waar? Ja, dat klopt.
- Doet u net als de meeste mensen mee voor €10,-, of is €7,50 per maand voor u haalbaar? ...
- Wat goed, dank u wel!
- Ik zal alles nog even kort met u doornemen. U steunt ons structureel met euro per maand, tot wederopzegging.
- Hebt u nog vragen? Nee? Hartelijk dank voor uw steun aan de natuur.

Tegenwerpen Natuurmonumenten-lidmaatschap

Natuurlijk kan het zijn dat mensen argumenten naar voren brengen waarom ze geen lid willen worden. Verdiep je vooraf in de mogelijke tegenwerpen zodat je daar een antwoord op hebt.

Ik heb weinig geld / geen geld

Geen probleem. We zijn blij met elke bijdrage, hoe klein ook. Al voor €2,75 per maand helpt u ons al direct bij de bescherming van de natuur in Nederland. Door de steun van onze achterban kunnen we veel van onze plannen realiseren. Bovendien ontvangt u vier keer per jaar ons inspirerende magazine *Puur Natuur*, boordevol informatie over de meest prachtige natuurgebieden in Nederland en allerlei activiteiten voor jong en oud. En, elk lid ontvangt het boek *Beleef de natuur* met 80 natuurroutes: geeft een goed beeld van een aantal gebieden van Natuurmonumenten en laat zien wat u daar allemaal kunt doen.

Ik wil wel steunen maar niet machtigen

Het Natuurmonumenten-lidmaatschap is geen lidmaatschap waar je moeilijk vanaf komt. Als u niet meer automatisch wilt betalen is één telefoontje naar onze Ledenservice voldoende. Automatisch betalen is niet alleen goedkoper voor Natuurmonumenten; het is vaak gemakkelijker voor uzelf. Banken rekenen namelijk behoorlijke tarieven voor het verwerken van acceptgirokaarten. Ik hoop dat u het met mij eens bent dat we dat geld veel beter voor de bescherming van de natuur kunnen inzetten.

Natuurmonumenten heeft al zoveel leden, wat maakt één extra lid nou uit?

Uw stem voor de natuur is juist zo belangrijk. Natuurmonumenten maakt zich sterk om Nederland leefbaar te houden en als je het nu aan de overheid overlaat blijft er straks steeds minder natuur over. En hoe meer mensen ons steunen, hoe sterker wij staan richting politiek, overheden en bedrijven. Door de steun van een grote achterban kunnen we veel van onze plannen realiseren.

Natuurmonumenten is al zo'n rijke club

Ik begrijp wat u wilt zeggen, Natuurmonumenten heeft inderdaad veel reserves op de bank, veel monumenten en veel grond. Dat is nodig omdat we garanderen dat we de natuur voor altijd veiligstellen. We kunnen natuurlijk niet zo maar stoppen met het beheren en onderhouden van natuurgebieden omdat er geen geld meer is. De natuur in Nederland rekent op ons, ook over 100 jaar. Daarom reserveert Natuurmonumenten geld voor het onderhoud en beheer voor later. Het is ook belangrijk dat u weet dat uw bijdrage direct wordt besteedt aan de doelstelling van Natuurmonumenten. Twee derde van uw bijdrage gaat naar het beheer van de natuurgebieden. Een derde wordt besteed aan informatie, beleving en betrekken van mensen. Het geld van de leden wordt dus nooit op de bank gezet.

Ik ben lid geweest, maar heb mijn lidmaatschap opgezegd

Wat jammer, want de natuur heeft het zo hard nodig; wat is de reden dat u heeft opgezegd?

Mensen komen dan met hun verhaal en dat heeft in het merendeel van de gevallen de strekking dat ze een klacht of opmerking hadden maar dat Natuurmonumenten daar niet op heeft gereageerd. Ze voelden zich niet gehoord en niet serieus genomen omdat ze geen reactie terug hebben gekregen van Natuurmonumenten.

Toon begrip en zeg bijvoorbeeld: Wat spijtig dat dit zo is gelopen, dat is zeker niet de bedoeling, maar ik hoop dat u beseft dat wij als organisatie vooral ook heel veel goede dingen doen voor het behoud van de natuur in Nederland en dat de natuur iedere steun hard nodig heeft zodat u kunt blijven genieten en wandelen in onze mooie maar schaarse en kwetsbare natuur, dus misschien dat u in de toekomst toch zou willen overwegen om weer lid te worden?

Natuurmonumenten speculeert met contributiegelden van leden

Natuurmonumenten wil de natuur voor de eeuwigheid veiligstellen. Met het oog op die garantie hebben we belegd, maar alleen maar met de reserves en nooit met de bijdragen van leden. Tweederde van uw bijdrage gaat namelijk direct naar het beheer van de natuurgebieden. Een derde wordt besteed aan informatie, beleving en betrekken van mensen. Het geld van de leden wordt dus niet op de bank gezet, maar juist mede dankzij uw bijdrage kunnen we dit prachtige natuurgebied in stand houden.

Daarnaast heeft Natuurmonumenten in de loop der jaren een spaarpot opgebouwd, waarmee we de natuur ook in de toekomst proberen veilig te stellen. Concreet betekent het dat als de inkomsten teruglopen, we nog reserves hebben in deze spaarpot. Deze spaarpot levert bovendien jaarlijks rendement op. Rendement zorgt ervoor dat de koop-

kracht van het vermogen op peil blijft. Het andere deel van het rendement wordt direct geïnvesteerd in de natuur in Nederland.

Natuurmonumenten gebruikt geen contributie van leden om te beleggen. De contributie wordt gebruikt voor natuurbeheer, aankoop van grond en recreatieve voorzieningen. Het vermogen is in het verleden opgebouwd uit schenkingen en erfenissen.

Alle directiesalarissen van goede doelen zijn zo hoog, daar wil ik niet voor betalen

Natuurmonumenten is een middelgrote organisatie. Het salaris van de directie is hierop afgestemd. We zijn met ruim 740 medewerkers, 4.100 vrijwilligers, en ruim 700.000 leden en donateurs een omvangrijke organisatie die zich op een groot aantal vlakken inzet voor de natuur in Nederland. Er is kennis, inzet en professionele aansturing nodig voor deze taak. De salarissen van onze directie zijn opgesteld volgens de richtlijnen van Code Goed bestuur voor goede doelen. Ook vallen de salarissen binnen de norm die door Goede Doelen Nederland (brancheorganisatie van erkende goede doelen) is gesteld voor de directiesalarissen van goede doelen. De salarissen van de directieleden zijn terug te vinden in het jaarverslag van Natuurmonumenten: www.natuurmonumenten.nl/salaris-directie.

Ik steun jullie al via de Nationale Postcodeloterij

De Nationale Postcodeloterij is een hartstikke goed initiatief en wij als Natuurmonumenten zijn ook heel blij met hun bijdrage. Maar hoe meer mensen ons steunen, hoe sterker wij staan richting politiek, overheden en bedrijven. Door de steun van onze achterban kunnen we veel van onze plannen realiseren.

Ik ben al lid van zoveel verschillende organisaties

Goed dat u dat doet en dat moet u vooral blijven doen. Maar hoe meer mensen ons steunen, hoe sterker wij staan richting politiek, overheden en bedrijven. Door de steun van onze

achterban kunnen we veel van onze plannen realiseren. Voor een relatief klein bedrag steunt u direct de natuurbescherming in Nederland, helpt u ons om gebieden aan te kopen en zorgvuldig te beheren.

Ik ben al lid van het WNF

Goed dat u dat doet en dat moet u ook blijven doen. Maar hoe meer mensen ons steunen, hoe meer wij kunnen doen voor de natuur in Nederland. De natuur kan niet voor zichzelf opkomen; Natuurmonumenten kan dat wel, dankzij haar achterban. Voor een relatief klein bedrag steun je direct de natuurbescherming in Nederland, helpt u ons om gebieden aan te kunnen kopen en deze zorgvuldig te beheren.

Ik steun Staatsbosbeheer, via het blad Onverwacht Nederland

Goed dat u dat doet en dat moet u ook blijven doen. Natuurmonumenten is geen overheidsinstelling, zoals Staatsbosbeheer. Natuurmonumenten is een onafhankelijke organisatie die haar eigen koers vaart los van de overheid en een vuist kan maken voor de natuur.

Hoe meer mensen ons steunen, hoe meer wij kunnen doen voor de natuur in Nederland. De natuur kan niet voor zichzelf opkomen: Natuurmonumenten kan dat wel, maar heeft daarbij wel de hulp nodig van mensen die haar willen steunen. Dankzij de bijdrage van onze leden kunnen we dit prachtige natuurgebied in stand houden. Daarnaast vervult Natuurmonumenten een belangrijke rol richting Den Haag; door belangrijke kwetsbare natuuronderwerpen op de maatschappelijke en politieke agenda te zetten. Uw stem is hierin belangrijk.

Ik ben al lid van het Geldersch Landschap (of een van de andere provinciale landschappen)

Goed dat u dat doet en dat moet u ook blijven doen. Maar hoe meer mensen ons steunen, hoe meer wij op landelijk en dus politiek niveau kunnen doen voor de natuur in Nederland. De

natuur kan niet voor zichzelf opkomen: Natuurmonumenten kan dat wel, maar heeft daarbij wel de hulp nodig van mensen die haar willen steunen. Dankzij de bijdrage van onze leden kunnen we dit prachtige natuurgebied in stand houden.

Ik vind het vervelend dat honden in de meeste gebieden van Natuurmonumenten niet los mogen lopen

Ik kan begrijpen dat u daar zo over denkt, maar helaas is het pure noodzaak. Honden kunnen de rust in de gebieden verstoren, waardoor vele dieren – vooral vogels en reeën wanneer ze net kleintjes hebben – erg in de stress raken en daardoor in de problemen komen. Er zijn natuurlijk veel honden die goed luisteren en niet achter dieren aanzitten, maar het is helaas niet haalbaar om de regels zo op te stellen dat er uitzonderingsgevallen mogelijk zijn.

Noem een voorbeeld: Dit jaar is er nog een drachtige ree doodgebeten door een loslopende hond. Als een ree drachtig is, rent ze minder snel. Deze ree en daarmee helaas ook haar ongeboren kalf hebben het niet overleefd. Dus we verzoeken om honden uitsluitend los te laten lopen op de daarvoor bestemde loslooplekken. Zo komen we hondenbezitters tegemoet, maar vragen wel begrip voor het feit dat dit niet op alle plekken kan (zie de website [hondenuitlaatplaatsen](http://hondenuitlaatplaatsen.nl)).

Natuurmonumenten legt te veel nadruk op recreatie*(denk aan MTB-vignet, Midzomernacht, Natuurbegraven)*

Natuur liefhebbers genieten ieder op hun eigen manier van onze natuurgebieden: mountainbiken, paardrijden, hardlopen, wandelen met de hond. Wij merken dat steeds meer mensen in de natuur komen. Dat is goed nieuws, want we weten ook dat het waarderen van natuur begint bij beleven. Door iedereen zoveel mogelijk zijn of haar eigen plek te geven, zorgen we ervoor dat bezoekers optimaal van hun bezoek aan de natuur kunnen genieten. Met het zelf organiseren van recreatiemogelijkheden in de natuur, hebben we bovendien de mogelijkheid om andere plekken juist rustig te houden. Zo blijft in de natuur plaats voor planten, dieren en mensen.

Natuurmonumenten zet een hek om de natuur / zorgt dat niemand er meer in mag

Wij beheren ruim 100.000 hectare natuurgebieden. 95% van onze gebieden is opengesteld, ook voor niet-leden. In sommige gedeeltes willen we rust voor de bescherming van kwetsbare soorten of zorgen voor een ongestoord broedseizoen. Dan betekent dat dat er op bepaalde momenten even geen mensen kunnen komen. Terwijl we op andere plekken waar de natuur minder onder druk staat, juist wel weer veel ruimte geven aan recreatie. Als u vragen heeft over een specifiek gebied, laat het ons dan weten dan brengen we u in contact met de lokale boswachters.

Natuurmonumenten neemt boerenland in

Natuurmonumenten heeft oog voor boeren die zich inzetten voor natuur en landschap en werkt daar op heel veel plekken mee samen, maar we kunnen niet voorbij aan het feit dat de ontwikkeling van de landbouw uiteindelijk vooral heeft geleid tot schaalvergroting en daarmee aantasting van het landschap en een zware wissel trekt op natuur en milieu. Daarnaast is op dit moment tweederde van ons land landbouwgebied, slechts 15% van Nederland bestaat uit natuur. In gebieden met intensieve landbouw is zeer weinig ruimte voor wilde planten en dieren, daarom

kopen wij soms gebieden op om deze om te vormen naar natuurgebied of verpachten we het land aan een boer die aan duurzame natuurinclusieve landbouw doet. Daarnaast is bekend dat veel landbouwgrond verdwijnt voor woonwijken en bedrijventerreinen.

Natuurmonumenten is een natuurorganisatie, waarom kappen jullie dan bomen?

Er worden alleen bomen gekapt waar ook werkelijk iets mee aan de hand is of passen in het herstellen van de natuur naar de oorspronkelijke ontwerpen.

Tegenwerpen over actuele - soms emotioneel geladen issues - landelijk of lokaal

Het antwoord is telkens afhankelijk van de actualiteit. Negen van de tien keer wordt er in zo'n geval een Q&A gemaakt en krijg je via de persvoorlichters de woordvoeringslijn. Geef die kort door aan al je mensen die met bezoekers te maken hebben!

Tegenwerpen OERRR-lidmaatschap

Ook over het lidmaatschap van OERRR komen soms tegenwerpen. Met de juiste informatie kun je die weerspreken.

Ik ben al lid van Natuurmonumenten, waarom ook nog mijn kind op OERRR abonneren?

Als kinderen op jonge leeftijd in aanraking komen met de natuur, zullen ze die later ook willen beschermen. Door het jaar heen ontvangen zij zelf post en per e-mail nieuwsbrieven, in de vorm van leuke speeltips en inspiratie. Op deze manier geeft u uw kinderen de waarde van natuur mee op een manier die aansluit bij de belevingswereld van uw kinderen. Dat kan al voor een aanvullende €1,25 per maand of €15,- per jaar (per kind).

OERRR is te duur als je meerdere kinderen hebt

Het OERRR-abonnement is voor één kind. Zo ontvangt elk kind per seizoen OERRR-post op naam van het kind, uitnodigingen en kortingen voor kinderactiviteiten in de natuur. Natuurlijk kunnen de kinderen samen doen met de kaarten, met de kist of survival pack als de kinderen in de zelfde leeftijdscategorie vallen. De keuze is aan jullie!

Mijn kind is te jong om iets met OERRR te kunnen doen

U betreft met OERRR uw kind al jong bij de natuur, u helpt de natuur voor uw kind nu en later te behouden. Tevens krijgt u als ouder tips wat u buiten kunt beleven met uw jonge kind. *Je kunt de ouder ook vragen wat zijn/haar leukste/meest bijzondere jeugdervaring is geweest in de natuur.*

Mijn kind speelt ook zonder OERRR al veel buiten

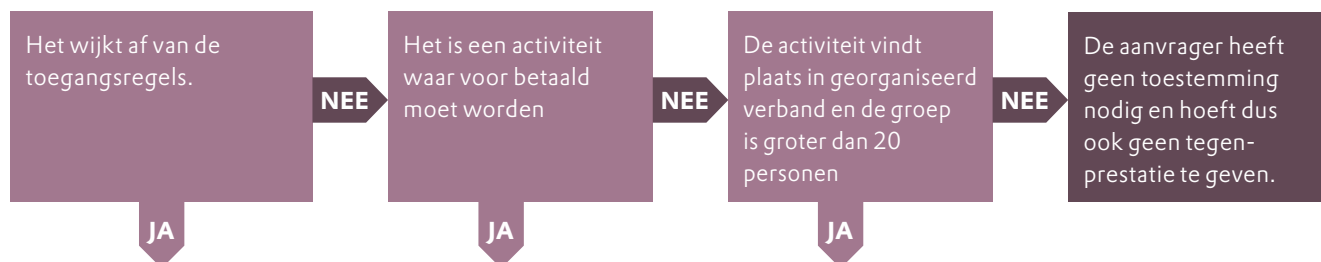
Juist voor deze kinderen is OERRR zo leuk! OERRR biedt hen weer tal van leuke nieuwe, inspirerende tips om buiten spelen nóg leuker te maken. U krijgt als ouder via e-mail nieuwsbrieven passende activiteiten aangeboden waar jullie samen of uw kind zelf extra van kan genieten. Uw kind hoort juist bij OERRR!

Mijn kind doet niets met die kaarten

Wij willen met de kaarten van OERRR op verschillende momenten door het jaar prikkelen door inspiratie te bieden. Soms is alleen het ontvangen van de kaarten al voldoende om uw kind op ideeën te brengen die ze later uitvoeren. De kaarten zijn het extra zetje om 'meer' buiten te spelen.

Schema voor het bepalen van tegenprestaties voor eenmalige activiteiten ¹

Is er toestemming nodig?



Doorloop het schema en je komt uit op het totale factuurbedrag

Administratiekosten (Je geeft Natuurmonumenten en/of haar partners zichtbaarheid)	€	45,00	+
Boswachter noodzakelijk?	€ 60,- per uur	€	+,00
Boswachter met dienstauto noodzakelijk?	€ 100,- per uur	€	+,00
Is het een activiteit? 10% af van het inschrijfgeld per deelnemer afdragen aan Natuurmonumenten (met een minimum bedrag van €0,50 cent per deelnemer).	€	,	+
Korting	€ 5,- per vooraf geworven lid	€	-,00

Totaalbedrag

Toegangsregels

- Het gebied is te bezoeken tussen zonsopgang en zonsondergang.
- Je blijft op de wegen en paden die voor jou bedoeld zijn.
- Als ruiter en mountainbiker heb je een geldig vignet of sticker.
- Honden houd je aan de lijn, tenzij anders is aangegeven.
- De auto, andere motorische voertuigen en drones blijven buiten het gebied.
- Vuur is verboden en afval neem je mee terug naar huis.
- Geluidsdragende en -versterkende apparaten zijn niet toegestaan.

Overige spelregels

- Er worden geen kosten in rekening gebracht als blijkt dat toestemming vragen niet nodig was of als de aanvraag wordt afgewezen.
- Scholen en organisaties ten behoeve van natuur- en milieu-educatie kunnen vragen om vrijstelling van kosten.
- Gaat het om een activiteit van 500 deelnemers of meer? Neem contact op met **Marketing**.
- Samenwerking is alleen mogelijk met partijen die onze reputatie niet schaden

¹ Met bedrijven en verenigingen die structureel activiteiten willen organiseren in onze gebieden (bijvoorbeeld IVN, hondenuitlaatservices, teambuilingscursussen, bootcamps enz.) maak je afspraken op maat.



Natuurmonumenten is dé beweging van mensen met hart voor de natuur. We willen onze fascinatie voor de natuur delen met mensen, van jong tot oud. We activeren hen om de natuur te beleven en ervan te genieten. Natuurmonumenten beschermt natuurgebieden, waardevolle landschappen en cultureel erfgoed. Overal in Nederland. Voor iedereen. Die natuur stellen we voor altijd veilig door gebieden aan te kopen, te beheren en toegankelijk te maken. Dat doen we met steun van vele Nederlanders. Omdat we houden van natuur.

Doe ook mee, want natuur laat je leven.