

---

# Businesscase Nationaal Landschap Veluwe

---

Stichting Veluwefonds  
april 2013

---

herzien februari 2014

---



Zaaknummer 2013-011659



# Businesscase Nationaal Landschap Veluwe

## Inleiding

De Veluwe is van grote waarde voor bewoners, bedrijfsleven, natuur en recreanten. Zo bepaalt de Veluwe mee wie wij -de bewoners- zijn, onze aard, onze gewoonten, onze cultuur. De Veluwe biedt ook kansen voor ondernemers wanneer zij de streek aan hun producten en diensten kunnen verbinden. Het is een belangrijk natuurgebied met veel ecologische, archeologische cultuurhistorische en economische waarden, voor klimaat, mens en dier.

Al enige jaren is er sprake van sterke teruggang in de overheidsfinanciering voor beheer en onderhoud van het landschap. Onder het vorige kabinet is die grotendeels weggevallen. Voor Veluwse partijen was dit aanleiding zich te herbezinnen op alternatieve mogelijkheden voor financiering van het landschap en promotie van het merk 'Veluwe'. Nationaal Landschap Veluwe ligt echter in 19 gemeenten en 4 WGR-regio's. Sinds de opheffing van de Veluwestuurgroep heeft Nationaal Landschap Veluwe adres noch platform noch regie.

Daarnaast is bekend dat bedrijven in toenemende mate de ambitie tonen om mee te investeren in duurzaamheid, biodiversiteit en cultureel erfgoed. Soms omdat zij negatieve gevolgen die hun bedrijfsactiviteiten voor natuur en landschap hebben willen of moeten compenseren, maar vaak ook omdat zij inzien dat hun economisch rendement mede gebaseerd is op de kwaliteit van de natuur en het landschap van de Veluwe. Er liggen kansen voor private medefinanciering van het landschap. Kansen die tot nu toe niet of nauwelijks worden benut. Op de Veluwe, als 'de groene motor van Gelderland', liggen nog talrijke kansen en mogelijkheden om economie en landschap bij elkaar te brengen.

Tegen deze achtergrond is in december 2012 de Stichting Veluwefonds opgericht. Doel van het Veluwefonds is bevordering van duurzame ontwikkeling van de Veluwe (de 3 P's). Het Veluwefonds wil dit doel bereiken door middelen te werven, het merk Veluwe te versterken en bedrijven in staat te stellen hun compensatiebijdragen op de Veluwe te realiseren. Het Veluwefonds wil de samenwerking bevorderen tussen alle partijen die de duurzame ontwikkeling van de Veluwe hoog in het vaandel hebben.

Het Veluwefonds heeft met hulp van het Servicenet Nationaal Landschap deze businesscase opgesteld om aan promotie en ontwikkeling van het Nationaal Landschap Veluwe te werken. Immers 'ontwikkeling is de beste promotie'.

### **1.1 Indiener en uitvoerder**

De 'afzender' van deze businesscase is de Stichting Veluwefonds, de uitwerking van de opgenomen projecten zal nadrukkelijk in samenwerking met alle gebiedspartners plaatsvinden. Het intensiveren van de samenwerking en het verbreden en versterken van het netwerk in het Nationaal Landschap Veluwe is een expliciet doel van deze businesscase. Daarbij wordt zoveel mogelijk aangesloten bij lopende projecten en bestaande initiatieven.

### **1.2 Opgave en doel**

De ambities van het Veluwefonds liggen in feite op twee niveaus.

Het eerste niveau wordt weergegeven in bovengenoemde doelen, welke in de statuten (bijlage 1) verder zijn uitgewerkt.

Het tweede niveau betreft het volwaardig kunnen functioneren van het Veluwefonds als instrument om de eerste ambitie waar te kunnen maken.

Doel van deze Businesscase ligt in deze tweede ambitie en is het Veluwefonds door te ontwikkelen en in staat te stellen volwaardig te gaan functioneren en zijn doelen langjarig te bereiken.

## 2. wat en waarom

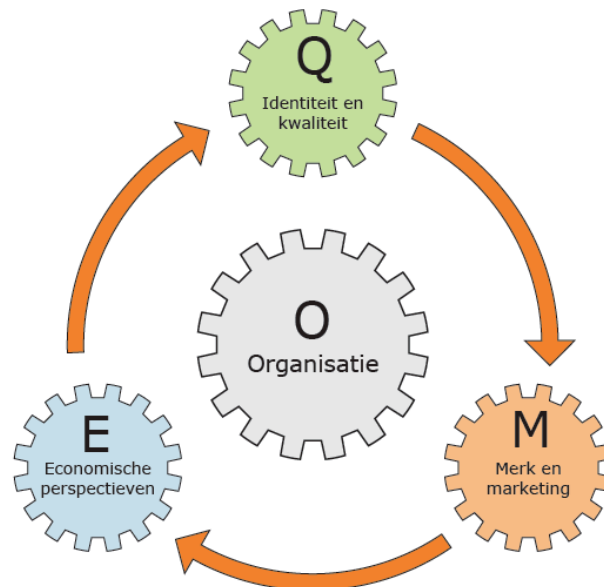
### 2.1 oplossingsrichtingen

De centrale opgave is om vanuit het merk 'Veluwe' nieuwe duurzame economische perspectieven te creëren, die op hun beurt de identiteit en de kwaliteit van landschap, natuur en duurzame economie verder versterken. Voorwaarde is dat alle gebiedspartijen zich hierin herkennen en dat het gebied met één gezicht naar buiten treedt.

Om dit proces aan te jagen is een functionele en goed geborgde gebiedsorganisatie een vereiste. Meer dan in het verleden zullen vooral maatschappelijke organisaties en marktpartijen naast gemeenten hierin het voortouw moeten nemen.

#### *de groene motor*

Het gaat in deze businesscase dus niet alleen om de toeristische marketing en promotie, maar om een samenhangende aanpak van merk en marketing (M), economie en financiering (E), identiteit en kwaliteit (Q) en organisatie (O). Alleen dan kan de 'groene motor' goed gaan draaien. Dat is weergegeven in bijgaand schema.



*Schema 'groene motor' (bron: Servicenet Nationale Landschappen)*

#### *workshop promotie Nationaal Landschap Veluwe*

Ter voorbereiding van deze businesscase is op 10 januari 2013 een workshop georganiseerd (verslag in bijlage 2) waaraan 25 deelnemers van verschillende marktpartijen, maatschappelijke organisaties en overheden deelnamen. De workshop heeft nog eens duidelijk gemaakt dat de "Veluwe" een sterk merk is, en het predicaat *nationaal landschap* dit verder kan uitgebouwen, zowel nationaal als vooral ook internationaal.

De workshop leverde ook een aantal aanbevelingen op, waarop de komende jaren actie ondernomen kan worden en welke betrekking hebben op de vier bouwstenen (Q, M, E en O). De centrale opgave is om de bouwstenen zodanig samen te voegen dat het denkmodel '*schema groene motor*' een succesformule wordt. Het is zinvol om krachten te bundelen en versnippering tegen te gaan. Het initiatief van het Veluwefonds sluit naadloos op deze opgave aan. De focus ligt dan ook op het organiseren van een community rondom de Veluwe. De ontwikkeling van zo'n community is de beste promotie van het nationaal landschap Veluwe.

## 2.2 prioritering en keuzen

*wat er al is: Veluwefonds en Veluwe Collectief*

Gesteund door de 19 Veluwse gemeenten en in nauwe samenwerking met vertegenwoordigers vanuit het Veluwse bedrijfsleven hebben enkele Veluwse wethouders gezocht naar een organisatievorm die de noodzakelijke samenwerking op de Veluwe zou kunnen bundelen en stimuleren. Uitgangspunten daarbij waren:

- doe niets dubbel, organiseer niet iets wat er al is, maak zoveel mogelijk gebruik van bestaande structuren,
- hou het zo klein mogelijk, slagvaardig, effectief en efficiënt,
- zorg dat het er eind 2012 staat.

Het resultaat is dat op 17 december 2012 de *Stichting Veluwefonds* is opgericht. Het *Veluwefonds* is in feite een gebiedsfonds of streekfonds. Het is een private stichting waarbij één van de drie tot vijf bestuursleden afkomstig is uit het openbaar bestuur. Bij de ontwikkeling van het *Veluwefonds* is (en wordt nog steeds) nauw samen gewerkt met het Nationaal Groenfonds.

De *community* op en rond de Veluwe is in ontwikkeling en noemen we het *Veluwe Collectief*. Het *Veluwe Collectief* kent geen formele organisatiestructuur en is geen rechtspersoon, maar vormt de ontmoetingsplaats voor en van al die partijen die willen bijdragen aan de duurzame ontwikkeling van de Veluwe in het verlengde van de doelstelling van het *Veluwefonds*. Het *Veluwefonds* biedt het *Veluwe Collectief* een platform, stimuleert het en geeft m.b.v. de partners in het *Veluwe Collectief* uitvoering aan zijn doelen. Belangrijk resultaat in deze zin was het Veluws Wilddiner op 29 november 2012. Naast fund raising was hier het belangrijkste doel Veluwse partijen bij elkaar te brengen, te informeren over het *Veluwefonds* en te enthousiasmeren voor deelname aan duurzame ontwikkeling van de Veluwe. Maar ook is door samenwerking van partijen binnen het *Veluwe Collectief* in mei 2012 al het keurmerk *Erkend Veluws Streekproduct* tot stand gekomen. Op 30 januari 2013 is met de Rabobank te Apeldoorn de afspraak gemaakt om in onderlinge samenwerking de *Rabo StreekRekening* voor de Veluwe te gaan ontwikkelen.

Uiteindelijke doelstelling van het Veluwefonds is de groene motor voor Nationaal Landschap Veluwe te laten lopen. Het is onze overtuiging dat de middelen daarvoor aanwezig zijn en dat de Veluwe grote kansen biedt. Voorwaarden scheppende doelstelling is daartoe de communicatie te organiseren, de promotie van de mogelijkheid voor deelname aan de duurzame ontwikkeling van de Veluwe met haar Nationaal Landschap.

In deze businesscase ligt het accent op deze voorwaardenscheppende doelstelling:

1. bekendheid met de doelstellingen van het Veluwefonds en met de mogelijkheden van de samenwerking binnen de community Veluwe Collectief verbreden,
2. de bekendheid van het merk Veluwe te verbreden in de richting van bedrijven die hun MVO-doelstellingen op de Veluwe kunnen verwezenlijken,
3. de markt van groene diensten in die richting te ontwikkelen, inclusief het aanbod van gecertificeerde producten of diensten,
4. de ontwikkeling van een systeem om vraag en aanbod voor natuur- en landschapscompensatie op de Veluwe bij elkaar te brengen,
5. eerste tastbare resultaten van de groene motor in de loop van 2013.

## 2.3 naar een uitwerking van plannen en projecten

- Het Veluwefonds werkt vanuit een ambitieprogramma aan projecten en het verbinden. Voor de promotie van het Nationaal Landschap is 50% cofinanciering van de provincie mogelijk (regeling Landschap 2013), tot een maximum van circa 70.000 euro. Voor minimaal 50% moet de financiering uit het gebied zelf komen (gemeenten, waterschap, marktpartijen, maatschappelijke organisaties, fondsen).

Bovenstaande prioritering leidt tot de volgende projecten:

### **project 1: Communicatie**

- actorenanalyse,
- opstellen communicatieplan,
- ontwikkeling communicatiestrategie,

- bouw website en –portal

Trekker: stichting Veluwefonds, uitvoering onder aansturing van Anton Logemann ("Citaat"), met medewerking van Jeron Ponstijn (Outlines) en regionale communicatiebureaus.

**project 2: Promotie;** in aansluiting op het communicatieplan

- promoten van de doelstellingen van het Veluwefonds en van de mogelijkheden die de samenwerking binnen het Veluwe Collectief biedt,

Trekker: stichting Veluwefonds, uitvoering in samenwerking met uitvoerende uit project communicatie, magazine Nieuwe Veluwe, ....

- promotie van het merk Veluwe als Nationaal Landschap, zowel in de richting van bedrijven die hun MVO-doelstellingen op de Veluwe kunnen verwezenlijken (a), als ook door versterking van het Erkend Veluws Streekproduct (b) en de uitvoering en promotie van de Rabo StreekRekening (c)

Trekker: stichting Veluwefonds, uitvoering i.s.m.(a) Stefan Semmekrot (dir. Eelerwoude), (b) Veluws Bureau voor Toerisme en stichting Streekeigen Product Nederland en (c) Rabobank Apeldoorn.

**project 3: Productontwikkeling**

- ontwikkeling van een adequaat systeem van validering of certificering voor het aanbod van Veluwse groene (en blauwe) diensten, met variatie in aard (aankoop, aanleg, onderhoud, in standhouding, recreatieve ontsluiting), doelveld (habitatbanking, natuurcompensatie, compensatie voor biodiversiteit, verdroging of CO<sub>2</sub>, verplicht of vrijwillig) en omvang.

Trekker: stichting Veluwefonds, uitvoering i.s.m. de terreinbeherende organisaties (inclusief gemeenten, waterschap en particuliere grondbezitters), Vereniging Natuurmonumenten, Stefan Semmekrot (dir. Eelerwoude) en Steven de Bie (Conservation Consultancy).

- door middel van een nieuw concept "Buitenplaats Verblijf" een nieuwe doelgroep verblijfstoeristen aan de Veluwe binden.

Trekker: stichting Veluwefonds, uitvoering i.s.m. kasteel Middagten, Fennema advies, Steven de Bie (Conservation Consultancy) en VBT.

**project 4: "Marktplaats Veluwe"**

- opbouw van een "gebiedsloket" met daarachter een minimale uitvoeringsorganisatie.
- Trekker: stichting Veluwefonds, uitvoering i.s.m. gemeenten, stichting Landschapsbeheer Gelderland en ondernemers.

-

**project 5: Uitvoeringsprogramma 2013;** tastbare resultaten in dit jaar

- landschapsveiling (i.s.m. Triple E) najaar 2013
- ondernemersdiner (i.s.m. Stefan Semmekrot, dir. Eelerwoude)
- Veluwse "toogdag", ontmoeten, netwerken, kennis uitwisselen
- eerste drie bedrijfscontracten t.b.v. duurzame ontwikkeling van de Veluwe (i.s.m. Stefan Semmekrot, dir. Eelerwoude) en Steven de Bie (Conservation Consultancy).

### 3. deelprojecten, kosten, commitment en financiering

#### 1: Communicatie

Projectnaam	<b>1. Communicatieplan en portal</b>	
Doel	Veluwefonds en verbinding met Nationaal Landschap Veluwe zichtbaar maken en een virtueel platform bieden aan de samenwerkingspartners binnen het Veluwe Collectief.	
Resultaat	a. Ontwikkelen communicatieplan inclusief actorenanalyse b. Ontwerpen website incl. portal c. Opstellen activiteiten jaarplan	
Trekker	Stichting Veluwefonds	
Deelnemers	Anton Logemann ("Citaat") Jeron Ponstijn (Outlines) HAN hogeschool (Stagiaire) regionale communicatie bureaus	
Uit te voeren activiteiten	Kosten	Bijdragen deelnemers
a. communicatieplan	2.500	1.250 (Logemann en Ponstijn)
actorenanalyse	500	250 (Logemann en Ponstijn)
stagevergoeding	1.500	
b. website	17.100	8.750 (Logemann en Ponstijn)
c. activiteiten jaarplan	5.000	2.500
totaal	26.600	12.750
resultaat		-/- 13.850

#### 2: Promotie

Projectnaam	<b>2.a. Promotie Veluwefonds en Nationaal landschap Veluwe</b>	
Doel	Promotie doelstelling Veluwefonds en van mogelijkheden om binnen het Veluwe Collectief samen te werken aan duurzame ontwikkeling van de Veluwe als Nationaal Landschap	
Resultaat	a. 4 artikelen in Nieuwe Veluwe b. 50 particuliere donateurs c. 25 institutionele donateurs d. Donateurs krijgen reductieabonnement op Nieuwe Veluwe	
Trekker	Stichting Veluwefonds	
Deelnemers	GAW ontwerp en communicatie (reductie op abonnement)	
Uit te voeren activiteiten	Kosten	Bijdragen deelnemers
a.	p.m.	p.m.
b. 40 donateurs à € 50,- 40 abonnementen à 29,50	1.180	2.000 280 (reductie GAW)
c. 20 donateurs à gem. € 500,- 20x5 abonnementen à 29,50	2.950	10.000 700 (reductie GAW)
totaal	4.130	12.980
resultaat		+ 8.850

Projectnaam	<b>2.b. Erkend Veluws Streekproduct</b>	
Doel	Na een eerste aanzet in 2013 een doorstart maken met het Erkend Veluws Streekproduct. Erkende streekproducten dragen bij aan de naamsbekendheid van de streek van herkomst (i.c. de Veluwe), vertegenwoordigen een meerwaarde voor de bedrijfsmatige gebruiker in het kader van MVO en leveren een positieve bijdrage aan de lokale economie (i.c. van de Veluwe).	
Resultaat	a. voorlichtings- en promotiebijeenkomst voor potentiële deelnemers b. (aanvullend aan de 11 reeds gecertificeerde streekproducenten) 11 nieuwe erkende Veluwse streekproducenten inclusief certificering c. aanvulling en heruitgave van de folder Erkende Streekproducten van de Veluwe	
Trekker	Stichting Veluwefonds	
Deelnemers	Streekeigen Product Nederland (SPN) Veluws Bureau voor Toerisme (VBT) Nieuwe erkende streekproducenten	
Uit te voeren activiteiten	Kosten	Bijdragen deelnemers
a. promotiebijeenkomst inclusief voorbereiding	4.000 (voorbereiding) 1.500 (bijeenkomst)	4.000 (VBT)
b. certificering (11 x)	3.300	1.650 (SPN)
c. heruitgave folder	1.500	500 (VBT) 500 (SPN)
totaal	10.300	6.650
resultaat		- 3.650

Projectnaam	<b>2.c. Rabo Streekrekening Veluwe</b>	
Doel	Door middel van de Rabo Streekrekening voor de Veluwe zowel inkomsten genereren voor het streekfonds Veluwe, als naamsbekendheid van het Nationaal Landschap Veluwe versterken onder het Veluwse bedrijfsleven	
Resultaat	a. Rabobank Apeldoorn en Omgeving voert de Streekrekening Veluwe in, incl promotie en promotiefolder Rabo Streekrekening Veluwe b. promotiefolder van het Veluwefonds t.b.v. de Rabo Streekrekening Veluwe	
Trekker	Stichting Veluwefonds	
Deelnemers	Rabobank Apeldoorn	
Uit te voeren activiteiten	Kosten	Bijdragen deelnemers
a. ontwikkeling en openstelling streekrekening incl promotie	5.000,-	5.000,- (Rabobank Apeldoorn)
b. ontwerp en productie folder Veluwefonds	500,-	
totaal	5.500,-	5.000,-
resultaat	-	- 500



### 3: Productontwikkeling

projectnaam	<b>3.a. Validatie groene diensten</b>	
Doel	Het Veluwefonds is in staat om aan ondernemers en instellingen die daar (vanuit compensatieplicht of MVO-doelstelling) behoefte aan hebben, betrouwbaar (gevalideerde / gecertificeerde) groene (en blauwe) diensten aan te bieden.	
Resultaat	Beschikbaar hebben van een gevalideerd / gecertificeerd aanbod van groene (en blauwe) diensten met variatie in aard (aankoop, aanleg, onderhoud, in standhouding), doelveld (habitatbanking, natuurcompensatie, compensatie voor biodiversiteit, verdroging of CO <sub>2</sub> , verplicht of vrijwillig) en omvang.	
Trekker	Stichting Veluwefonds	
Deelnemers	Vereniging Natuurmonumenten Steven de Bie (Conservation Consultancy) Stefan Semmekrot (dir. Eelerwoude)	
Uit te voeren activiteiten	Kosten	Bijdragen deelnemers
	25.000	p.m.
totaal	25.000	p.m.
resultaat		

projectnaam	<b>3.b. Buitenplaats verblijf in Nationaal Landschap Veluwe</b>	
Doel	Door middel van een nieuw concept "Buitenplaats Verblijf" een nieuwe doelgroep verblijfstoeristen aan de Veluwe binden.	
Resultaat	Een aanbod van een nieuw verblijfsproduct in het hoge kwaliteitssegment.	
Trekker	Stichting Veluwefonds	
Deelnemers	Middagten, Fennema advies, Steven de Bie (Conservation Consultancy) VBT	
Uit te voeren activiteiten	Kosten	Bijdragen deelnemers
totaal	8.000	2.000
resultaat		-6.000

#### 4: Marktplaats Veluwe

projectnaam	<b>4. Marktplaats Veluwe</b>	
Doel	Potentiële donateurs en contractpartners kunnen on-line inzicht krijgen in de mogelijkheden projecten t.b.v. de duurzame ontwikkeling van de Veluwe te ondersteunen.	
Resultaat	Een altijd up to date overzicht van leverbare groene, blauwe en recreatieve diensten van het Veluwse landschap op de website van het Veluwefonds. Voor het blijvend resultaat wordt een routine ontwikkeld die wordt vastgelegd in afspraken tussen het Veluwefonds, SLG en de aanbiedende organisaties.	
Trekker	Stichting Veluwefonds	
Deelnemers	Stichting Landschapsbeheer Gelderland Terreinbeherende Organisaties op de Veluwe incl, de particuliere grondeigenaren Veluwse gemeenten, Waterschap Veluwe Vallei	
Uit te voeren activiteiten	Kosten	Bijdragen deelnemers
	4.000	p.m.
totaal		
resultaat		

#### 5: Uitvoeringsprogramma 2013

projectnaam	<b>5.a. Landschapsveiling</b>	
Doel	fondsenwerving voor projecten t.b.v. de duurzame ontwikkeling van de Veluwe promotie van de Veluwe	
Resultaat	Gedurende 3 jaar wordt jaarlijks één landschapsveiling gehouden.	
Trekker	Stichting Veluwefonds	
Deelnemers	Triple E	
Uit te voeren activiteiten	Kosten	Bijdragen deelnemers
	ca 20% van het resultaat excl. BTW	opbrengst veiling
totaal	p.m.	p.m.
resultaat		De opbrengst minus de organisatiekosten komen geheel ten goede van de geveilde kavels.

projectnaam	<b>5.b. Ondernemersdiner</b>	
Doel	Kennisuitwisseling m.b.t. mogelijkheden van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen i.r.t. Nationaal Landschap Veluwe	
Resultaat	Thematische diner met 50 deelnemende ondernemers	
Trekker	Stichting Veluwefonds	
Deelnemers	Stefan Semmekrot (dir. Eelerwoude) Michiel Kroes (Univé) Kamer van Koophandel Ondernemers	
Uit te voeren activiteiten	Kosten	Bijdragen deelnemers
40 deelnemende ondernemers	8.000	
Inleg (40 x 50)		2.000
totaal	8.000	2.000
resultaat		- 6.000

**Totaal overzicht projecten Plan van Aanpak Nationaal Landschap 2013-2014**  
**Herziening dd september 2013**

	Project	kosten	Bijdragen gebied
1	Communicatieplan en website	26.600	12.750
2.a	Promotie Veluwefonds en Nationaal landschap Veluwe	4.130	12.980
2.b	Erkend Veluws Streekproduct	10.300	6.650
2.c	Streekrekening	5.500	5.000
3.a	Validatie groene diensten	25.000	0
3.b	Buitenplaats verblijf in Nationaal Landschap	8.000	2.000
4	Marktplaats Veluwe	4.000	0
5.a	Landschapsveiling	0	0
5.b	Ondernemersdiner	8.000	2.000
	Totaal begroting	91.530	41.380

## 4. Eerste aanvraag

Het is ons op dit moment nog niet mogelijk van alle voorgenomen projecten te voorzien dat wij de nodige financiering uit het gebied kunnen verwerven. Bij deze aanvraag worden daarom alleen die projecten in samenhang voor subsidie voorgedragen waarvan de voorbereiding zo ver gevorderd is dat wij bij toegekende subsidie deze ook werkelijk kunnen uitvoeren. Hieronder een overzicht van de betreffende projecten.

### Overzicht eerste aanvraag, herziening dd september 2013

	Project	kosten	Bijdragen gebied
1	Communicatieplan en website	26.600	12.750
2.a	Promotie Veluwe en Nationaal landschap Veluwe	4.130	12.980
2.b	Erkend Veluws Streekproduct	10.300	6.650
2.c	Streekrekening	5.500	5.000
3.a	Validatie groene diensten	25.000	0
5.a	Landschapsveiling	0	0
	Totaal begroting	71.530	37.380
	<b>gevraagde bijdrage</b>		<b>34.150</b>

## **5. Planning en uitvoering**

### **5.1 projectplanning eerste ronde**

Project 1, het Communicatie plan, is het startpunt voor de promotie van het Nationaal Landschap en het Veluwefonds. De website is inmiddels (in een allereerste aanzet) in de lucht. Gereed december 2013.

Project 2a, promotie Veluwefonds en Nationaal Landschap: in september 2013 is gestart met de werving van donateurs.

Project 2b, de versterking van het Erkend Veluws streekproduct, wordt inmiddels voorbereid door het VBT i.s.m. SPN.

Project 2c, de Rabo Streekrekening, is in voorbereiding. Rabobank Apeldoorn streeft er naar de Streekrekening Veluwe in het najaar van 2013 operationeel te hebben.

Project 5.a, de Landschapsveiling, is inmiddels voorbereid i.s.m. Triple E en de veiling is gepland (en uitgevoerd) op 31 oktober 2013.

### **5.2 vervolprojecten**

De overige projecten worden in de loop van 2014 verder voorbereid en later dat jaar voor een aanvullend subsidieverzoek voorgedragen.

## **6. Bijlagen**

In de bijlage zijn bijgevoegd:

1. Oprichtingsakte Stichting Veluwefonds
2. Verslag workshop *Promotie Nationaal Landschap Veluwe* dd 10 januari 2013

**Namens het bestuur van de Stichting Veluwefonds**

**drs. J. N. van Muyden, voorzitter**

**2 mei 2013,  
nader onderbouwd 17 oktober 2013**