

Actieve burgers over het landschap in Nederland
Huiskamergesprekken “Als buiten je lief is...”

Den Haag, 31 juli 2008

Huiskamergesprekken "Als buiten je lief is..."

Actieve burgers over het landschap in Nederland

eindrapport

Den Haag, 21 juli 2008
Mirjam Wagteveld en Simone de Jong

In opdracht van het ministerie van LNV (www.minlnv.nl) en de partners van het Landschapsmanifest (www.landschapsmanifest.nl)

Redactie en uitgave
Schuttelaar & Partners
Zeestraat 84
2518 AD Den Haag
Nederland
t +31 (0) 70 318 44 44
f +31 (0) 70 318 44 22
info@schuttelaar.nl
www.schuttelaar.nl

Inhoudsopgave

1	Inleiding.....	5
2	Thema's	6
1.	Geschiedenis en identiteit.....	8
2.	Landschappelijke inpassing van nieuwe elementen	9
3.	Boerenlandschap versus natuur.....	9
5.	Landschapselementen en vrijwilligerswerk	10
6.	Educatieve waarde van het landschap.....	11
7.	Invloed van de burger	12
8.	Financiering van het landschap	12
3	Handelingsperspectief	13
1.	Beleven, genieten en lezen van het eigen landschap	13
2.	Uitdragen naar anderen.....	14
3.	Meewerken aan het beheer van het landschap.....	14
4.	Anderen bij het beheer van het landschap betrekken	15
5.	Krachten bundelen; lokale initiatieven samenbrengen	15
6.	Inspraakmogelijkheden en lobby	16
7.	Samen meebetalen aan het landschap	16
4	Conclusies en aanbevelingen	17

1 Inleiding

Het ministerie van LNV start samen met de partners van het Landschapsmanifest (LM) een draaggolfcampagne over het thema 'landschap'. Doel is om de maatschappelijke en politieke aandacht én waardering voor landschap te vergroten. Hiermee moet een hogere participatie in het landschap van burgers en bedrijven, en meer structurele financiering van de zorg voor het landschap, worden bereikt.

Om bij deze campagne de juiste snaar te raken - dus om het effect van de communicatieinspanningen zo hoog mogelijk te maken - is in iedere provincie een huiskamergesprek georganiseerd over het landschap. De huiskamergesprekken tezamen met een internetconsultatie moeten inzicht bieden in de belangrijkste thema's die spelen, en in de mogelijkheden die burgers voor zichzelf en elkaar zien om een positieve bijdrage te leveren aan het landschap (handelingsperspectief).

Schuttelaar & Partners heeft de organisatie van de huiskamergesprekken verzorgd: (logistieke) voorbereiding, gespreksleiding en verslaglegging. De twaalf huiskamergesprekken hebben plaatsgevonden in de periode van 25 juni t/m 16 juli 2008. LNV heeft samen met het ministerie van VROM en de partners van het Landschapsmanifest de landschappen waar de gesprekken zouden moeten plaats vinden geselecteerd (zie bijlage 1) en via het LM en de initiële contactpersonen aangereikt. Vervolgens heeft Schuttelaar & Partners via die contactpersonen binnen de betreffende regio's deelnemers geworven voor de gesprekken. Hierbij werden wij aangenaam verrast door de welwillendheid van zoveel actieve burgers; de betrokkenheid met het landschap in de eigen regio is groot.

In de hieropvolgende rapportage vindt u de belangrijkste thema's die met betrekking tot het landschap spelen (hoofdstuk 2), de mogelijkheden voor eigen participatie (hoofdstuk 3) en een serie aanbevelingen voor communicatie die wij op basis van deze uitkomsten doen (hoofdstuk 4). De bijlagen bevatten uitleg over de keuze voor deze landschappen in het bijzonder (bijlage 1) en de impressies van de gesprekken (bijlage 2).

2 Thema's

Inleiding

Als je met actieve burgers spreekt over wat zij ervaren als de belangrijkste kansen en bedreigingen voor het landschap, komt een aantal thema's voortdurend bovendrijven. Dit hoofdstuk bevat een ordening van deze thema's, waarbij overigens een duidelijke overlap tussen de thema's zichtbaar is. Voordat we inzoomen op deze thema's, is het belangrijk te weten wie er aan tafel zaten.

Deelnemers

In ieder provincie zijn 8 tot 10 actieve burgers uitgenodigd voor een huiskamergesprek over het landschap. De volgende uitgangspunten zijn gehanteerd bij het samenstellen van de gespreksdeelnemers:

- Lokale mensen: bewoners en plaatselijke gebruikers van het landschap;
- Actieve mensen met een duidelijke landschapsaffiniteit, bijvoorbeeld vrijwilligers van natuurorganisaties;
- Gemeente en provincie betrekken en vragen een 'landschapsambtenaar' af te vaardigen;
- Verschillende belangen aan tafel: natuur, recreatie, cultuurhistorie, landbouw etc.;
- Streven naar een 'frisse blik' door actieve burgers te vragen introducés mee te nemen.

Bij het lezen van de resultaten van de gesprekken is het belangrijk deze doelgroep in het achterhoofd te houden. Dit is geen representatieve doorsnede van onze samenleving maar een specifieke groep actieve, betrokken burgers.

Werkvorm

Een van de belangrijke gespreksonderwerpen met deze actieve burgers was het bediscussiëren van de kansen en knelpunten die in het landschap spelen. Dit is gedaan aan de hand van een groot magneetbord met een landschapsfoto van het betreffende landschap. Op dit bord konden mensen met behulp van magneten met allerlei elementen kansen dan wel bedreigingen visueel inzichtelijk maken en de discussie met elkaar aangaan.

Thema's

In de twaalf huiskamergesprekken bleken een achttal overkoepelende thema's te spelen. Hieronder volgt een ordening van deze thema's, waarbij overigens een duidelijke overlap tussen de thema's zichtbaar is. We hebben getracht de thema's te prioriteren naar voorkeur van de deelnemers; tegelijkertijd is het van belang te realiseren dat de gespreksdeelnemers aan alle genoemde punten waarde en belang hechten.

1. Landschap fungeert voor veel mensen als ijkpunt voor de **ontstaansgeschiedenis** van de omgeving en is daarmee een uiting van de **identiteit** van zijn bewoners. Dat klinkt zwaar - en dat is het ook. Voor de meesten mag met het landschap niet gesold worden. Actieve burgers ervaren een sterk gevoel van verbondenheid met het landschap.
2. Men ervaart **nieuwe** ontwikkelingen (megastallen, windmolens, bedrijventerreinen) in het landschap als verstorend. Niet omdat men er per definitie tegen is, maar omdat er weinig gedaan wordt aan het '**landschapseigen**' maken van nieuwe elementen. De landschappelijke inpassing ontbreekt vaak, wat leidt tot **verrommeling** en **horizonvervuiling**.
3. Het landschap is een resultante van menselijk handelen door de jaren heen. Het boerenland wordt bij de mensen die wij gesproken hebben veel sterker ervaren als 'landschapseigen' dan 'hoogwaardige' natuur. Bovendien ziet men het **agrarisch landschap** ook als **natuur**.
4. In het verlengde hiervan vervult de **boer** voor de deelnemers een **centrale rol** in het landschap. Niet alleen voor het onderhoud van natuur en landschapselementen - waarvoor boeren overigens veel meer beloond mogen worden, vindt men - maar ook voor het aantrekkelijk en toegankelijk maken van het land(schap) voor recreanten (streekproducten, open boerdijdagen, wandelpaden door weilanden en akkers). Men ziet hierin een belangrijke kans voor een gezonde ontwikkeling van het landschap.
5. De deelnemers hechten veel belang aan de vele **landschapselementen** die het (boeren-)landschap 'aankleden', zoals houtwallen, singels, hagen en knotbomen. In de loop van de tijd zijn ze soms verloren gegaan door het gebrek aan onderhoud of schaalvergroting in de landbouw. Belangrijk voor de natuur en de beleving van het landschap is deze elementen te herstellen en goed te onderhouden. Naast boeren kunnen ook anderen hierin een actieve rol spelen. De gespreksdeelnemers zien daarbij kansen voor **vrijwilligerswerk** (voor lichte werkzaamheden) door burgers in hun vrije tijd, jeugd (onderwijs, maatschappelijke stages) en het bedrijfsleven

(teambuildingsactiviteiten of in het kader van maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO)).

6. Landschap heeft een hoge **educatieve waarde** die volgens de deelnemers veel sterker benut kan worden. Niet alleen om jeugd én volwassenen (meer) te verbinden met landbouw, de herkomst van ons voedsel, en natuur, maar ook met de ontstaansgeschiedenis van ons land. Educatie geeft **draagvlak** voor het landschap.
7. Men voelt zich vaak **machteloos** tegen de beleidsmatige ontwikkelingen die op het landschap afkomen. Men vindt de eigen **invloed** op deze ingrepen te **beperkt**. Actieve burgers, die gebruik maken van formele inspraakmogelijkheden of meedoen aan interactieve planvormingsprocessen, hebben het gevoel dat er onvoldoende naar hen geluisterd wordt en dat er te weinig gedaan wordt met hun kennis en expertise.
8. De **financiering van het landschap** wordt door de gespreksdeelnemers als cruciale variabele voor de instandhouding van het landschap genoemd. Het moet bij meer mensen algemeen gedachtegoed worden dat het landschap geld kost en dat we allemaal ons steentje bij moeten dragen.

1. Geschiedenis en identiteit

Bij de actieve burgers aan tafel is het gevoel van verbondenheid met de streek sterk aanwezig. Veel gespreksdeelnemers zijn opgegroeid in de streek en weten nog hoe het vroeger was. Het landschap waarin zij wonen, werken en recreëren verbeeldt voor hen de eigen geschiedenis en geeft houvast en identiteit. De ontstaansgeschiedenis van het landschap speelt daarin een grote rol. Authenticiteit is belangrijk (*'toen ik vroeger als kleine jongen hier rondliep, ...'*); nieuwe elementen in het landschap worden met argwaan bekeken. Niet zozeer omdat men tegen ontwikkeling is; in de meeste regio's onderkennen de bewoners de noodzaak van bijvoorbeeld voldoende woningen, werkgelegenheid en bereikbaarheid. Maar men vindt dat dit maar al te vaak met weinig zorg voor het bestaande landschap plaatsvindt.

De gespreksdeelnemers geven aan dat dit gevoel van verbondenheid en identiteit bij het eigen landschap geen gemeengoed is bij bewoners in het buitengebied: *'Veel mensen gaan op verre vakanties en zien niet eens hoe mooi het hier is'*. Nederlanders lijken meer geïnteresseerd te zijn in het landschap waarin zij vakantie vieren dan in het landschap waarin zij wonen; natuurgidsen krijgen vaker toeristen in hun wandelingen dan eigen

bewoners. Maar, zo leert de ervaring, het gevoel van verbondheid kan wel 'getriggerd' worden. Bijvoorbeeld door mensen uit het gebied uit te nodigen voor een excursie en ze te leren het landschap te 'lezen'. Door ze te laten zien dat je in sommige gebieden in Nederland eindeloos kunt (ver)dwalen. Kortom, door hen alle moois te laten zien van de eigen streek ontstaat een gevoel van trots op het eigen landschap en de wil bij te dragen aan het behoud ervan.

2. Landschappelijke inpassing van nieuwe elementen

De tijd staat niet stil en er komen veel nieuwe ontwikkelingen op het landschap af. Windmolen, bedrijventerreinen en woningbouw zorgen voor elementen die het uitzicht verstoren. Steeds vaker vestigen nieuwe boeren op zoek naar schaalvergroting zich in gebieden waar (nog) ruimte is. De actieve burgers zijn niet tegen deze ontwikkelingen, want het landschap is geen museum; het moet wel leefbaar blijven; *'het is door mensenhanden gevormd en blijft zich vormen'*. Maar men is wel bang voor verrommeling, doordat te weinig rekening gehouden wordt met het authentieke karakter. Het belang van landschappelijke inpassing is veel genoemd. Dit kan bijvoorbeeld door nieuwe (recreatie-) woningen zoveel mogelijk passend te maken bij de streekeigen bouwstijl, door verstorende elementen (zoals een camping of bedrijventerrein) te omzomen met streekeigen landschapselementen, en door noodzakelijke maar vaak lelijke uitzichtverstoorders als windmolens en bedrijvenparken te clusteren, in plaats van deze individueel her en der in het landschap te plaatsen. De deelnemers zien een belangrijke rol weggelegd voor de overheid om hierin de regie te nemen en voorwaarden voor type bebouwing en landschappelijke inpassing op te nemen in beleidsplannen.

3. Boerenlandschap versus natuur

De actieve burgers hechten meer waarde aan het boerenland dan aan de 'wilde natuur' die natuurorganisaties nastreven. Vaak blijkt dat het strak onderhouden boerenland veel meer ervaren wordt als landschapseigen en natuur dan de 'verruigde weilanden' die passen binnen het natuurbeeld van de natuurorganisaties. Dit heeft alles te maken met de binding die er is met de ontstaansgeschiedenis van het land; *'het landschap is van oudsher gevormd door menselijk handelen'*. Er is altijd hard gewerkt op het land ten behoeve van de voedselproductie en men vindt het moeilijk te begrijpen waarom deze 'goede gronden' verloren gaan ten gunste van nieuwe natuur. Temeer omdat men het boerenland ook als natuur ervaart.

Er speelt een sterke emotie mee: *‘Jaren hebben we geploeterd op het land en dan wordt het nu zogenaamd teruggegeven aan de natuur. Je ziet nu alleen maar distels en er loopt vreemd vee, alsof dat natuur is. Ik vind er niks aan!’* Ook ziet men schaalvergroting en intensivering in de landbouw als bedreiging voor het boerenlandschap, vooral door de komst van nieuwe boeren uit andere delen van het land, die weinig affiniteit hebben met het traditionele landschap en vooral op zoek zijn naar ruimte voor productie. Ook stoppende boeren zijn een bedreiging, aangezien dit bijvoorbeeld leidt tot leegstaande boerderijen (en daarmee verloedering) of tot verpaarding van het landschap, wat met zijn witte hekken en manegebakken het uitzicht verstoort.

4. Centrale rol van de boer

In lijn met het belang dat de actieve burgers aan tafel hechten aan het boerenland, ziet men veel in de boer als landschapsbeheerder. Hij moet daar echter wel voor betaald worden, daar is men het over eens. De boer levert immers de groene diensten waar bewoners en recreanten van genieten. Ook wordt er gepleit voor meer samenwerking tussen natuurorganisaties en boeren: *‘in plaats van galloways zou ook het jongvee van de boeren in de uiterwaarden kunnen lopen’*.

Een kans voor het landschap is het aantrekkelijker en toegankelijker maken voor recreanten, bijvoorbeeld door open boerderijdagen, het openen van landschapswinkels (streekproducten) en het toelaten van wandelaars op het erf en land. Dat boeren vaak ‘geen pottenkijkers’ willen op hun land en boerderij, moet volgens de deelnemers opgelost worden.

5. Landschapselementen en vrijwilligerswerk

In bijna alle huiskamergesprekken is het belang van authentieke landschapselementen voor de natuur en beleving van het landschap besproken. Ze verfraaien het landschap en bieden veel kansen voor specifieke flora en fauna. Vroeger werden de landschapselementen functioneel gebruikt (om het vee in de wei te houden, als windvanger, hout voor de kachel). Nu is deze functie er veelal niet meer en zijn met name de natuur- en belevingswaarden belangrijk. Een deel van de landschapselementen is in de loop van de tijd verdwenen door veranderingen in de landbouw (ruilverkaveling) en het gebrek aan onderhoud. Er zijn initiatieven om ze weer aan te planten, maar de gespreksdeelnemers ergeren zich daarbij aan het gebruik van niet

streekeigen beplanting (*'lindes horen hier niet'*) en verkeerde beplanting (*'je moet niet overal knotbomen aanplanten, sommige stukken van de dijk horen van oorsprong juist open'*). Ook het beheer is volgens hen niet goed geregeld; het Programma Beheer houdt wat te weinig rekening met de verschillen per gebied, de vergoeding is vaak onvoldoende en het leidt niet tot het gewenste resultaat. Ook is erfbeplanting een aandachtspunt. Hier worden vaak, door het gebrek aan kennis, verkeerde soorten aangeplant.

Het landschap en met name ook de vele landschapselementen vragen veel kennis en onderhoud. Veel werk kan door vrijwilligers gedaan worden. Daarvoor zijn veel mensen (en begeleiders) nodig. Werken in het landschap doet veel mensen goed: *'het is fijn om buiten bezig te zijn, zelf een bijdrage te leveren en je ziet het resultaat van je werkzaamheden.'* De actieve burgers aan tafel zien het als belangrijke taak om zoveel mogelijk mensen bij het landschapsbeheer te betrekken om daarmee draagvlak te creëren voor het landschap en de benodigde ingrepen. Het biedt ook veel kansen voor educatie (bij jongeren en stadsmensen) en kan bepaalde groepen weer een functie in de maatschappij geven en op de been helpen (zoals werklozen, mensen met een burn-out).

Vrijwilligers om het landschap te onderhouden kun je dus zoeken onder de (stads-)jeugd (verjaardagsfeestjes organiseren), maar ook bij bedrijven (teambuilding, uiting van maatschappelijk verantwoord ondernemen) en mensen die niet volledig meekomen in de maatschappij (werklozen, burn-out etc.) Niet alle werkzaamheden kunnen overigens gedaan worden door vrijwilligers en de juiste (professionele) begeleiding is belangrijk.

6. Educatieve waarde van het landschap

Het landschap meer dan nu een educatieve waarde geven, wordt breed gedeeld. Men vindt het met name belangrijk om mensen te laten beleven hoe mooi het landschap is, hoe het ontstaan is, waar het door bedreigd wordt en wat er nodig is om het mooi te houden. Dit geeft het benodigde draagvlak voor ingrepen (beheer van landschapselementen, agrarische werkzaamheden), de wil om er zelf aan mee te werken en mee te betalen. Educatie kan met excursies, maar met name wordt ook meerwaarde gezien in mensen *'zelf de handen uit de mouwen te laten steken'*.

De actieve burgers vinden het belangrijk om de jeugd meer te betrekken, nu deze steeds verder van de natuur af staat. En dan komen ook de ouders mogelijk mee. Educatie maakt ook dat mensen zich beter gedragen in het

landschap en dat zij snappen waarom honden moeten worden aangelijnd, en zien waarom het zo leuk en goed is om streekproducten te kopen.

7. Invloed van de burger

Er spelen veel beleidsmatige ontwikkelingen in de landschappen waar de huiskamergesprekken plaatsvonden. Zo zijn sommige landschappen aangewezen als Nationaal Landschap, zijn er vergaande plannen voor het realiseren van landschapsparken, zijn gronden aangewezen ten behoeve van de Ecologische Hoofdstructuur, noem maar op. De actieve burgers aan tafel willen graag meepraten en over beleidsvoornemens gehoord worden, maar ze hebben het gevoel dat de kennis en expertise uit het gebied onvoldoende benut wordt. Ze voelen zich nu vaak machteloos. Soms worden ze wel uitgenodigd om mee te praten, maar gebeurt dit pas in een laat stadium wanneer er al veel vast staat. Actieve burgers voelen zich veelal bedreigd door de vele ontwikkelingen, buitenspel gezet en niet serieus genomen.

Daarnaast hebben de gespreksdeelnemers veel ideeën om iets te ondernemen voor een ‘mooier’ landschap. Bij dergelijke initiatieven loopt men echter vaak tegen de muur van wet- en regelgeving, of lukt het niet de benodigde subsidie te verkrijgen. Er wordt dan ook gepleit voor meer (beleids)ruimte en de ondersteuning van lokale initiatieven.

8. Financiering van het landschap

Voldoende financiering is volgens de actieve burgers een cruciale variabele om het landschap in stand te kunnen houden. Het onderhoud van landschapselementen kost veel geld die nu met het Programma Beheer niet voldoende gedekt worden. Degenen die genieten en profiteren van het landschap mogen hier best aan mee betalen, zo is de algemene mening onder de gespreksdeelnemers. Er zijn al wel initiatieven op dit gebied zoals landschapsfondsen en landschapsveilingen, maar dit kan nog beter benut worden en meer gemeengoed worden. Vaak wordt er wel gezegd dat men mee wil betalen, maar hoe dit dan uiteindelijk echt geregeld moet worden is nog een tweede. Daarnaast is de grote vraag hoe het geld uiteindelijk op de goede plaats terecht komt. Veel gespreksdeelnemers roemen de groene diensten die de boer levert en vinden dat hij daarvoor betaald zou moeten krijgen, mits hij er meer aandacht aan besteedt in zijn bedrijfsvoering.

3 Handelingsperspectief

De deelnemers van de Huiskamergesprekken is gevraagd op welke manier zijzelf (eventueel samen met anderen) een positieve bijdrage aan het landschap kunnen leveren. Tijdens de gesprekken zijn de ideeën, alle handelingsperspectieven die zij voor zichzelf en anderen zien, geïnventariseerd en geprioriteerd. Ten behoeve van deze rapportage is vervolgens een categorisering aangebracht, namelijk ideeën die betrekking hebben op:

- 1) het genieten en beleven van het landschap door de deelnemers zelf
- 2) het stimuleren van het genieten en beleven van het landschap door anderen
- 3) het actief onderhouden van het landschap door de deelnemers zelf
- 4) het actief onderhouden van het landschap door anderen
- 5) het bundelen van krachten, lokale initiatieven samenbrengen
- 6) inspraakmogelijkheden en lobby
- 7) de financiering van het onderhoud van het landschap, door zichzelf en door anderen.

1. Beleven, genieten en lezen van het eigen landschap

Wat veel naar voren is gebracht door de gespreksdeelnemers is dat het allemaal start met beleven en 'lezen' en actiever te genieten van het (eigen) landschap. Dit ondersteunt de lokale economie waardoor de boer de benodigde neveninkomsten ontvangt, die hij nodig heeft om het landschap te kunnen onderhouden. Daarnaast ontstaat hierdoor enthousiasme om het ook naar anderen uit te dragen, waarmee het benodigde draagvlak voor het landschap en het onderhoud ontstaat.

Concrete voorbeelden hiervan zijn:

- Streekproducten kopen in plaats van boodschappen te doen in de supermarkt;
- Gebruik maken van de faciliteiten in het landschap, zoals wat drinken in de theetuin bij de boer in de buurt;
- Recreëren in het eigen landschap, in plaats van het besteden van de vrije tijd elders.

2. Uitdragen naar anderen

Veel gespreksdeelnemers zijn het erover eens dat er een belangrijke taak is weggelegd om de groeiende kloof tussen (stads-)mensen en het landelijk gebied te dichten en draagvlak te creëren voor het landschap, benodigde ingrepen en de financiering ervan. Velen zien hier ook een rol voor zichzelf weggelegd. Men vindt vooral educatie aan kinderen en jongeren (*'ze weten niet eens meer waar de melk vandaan komt!'*) erg belangrijk; bovendien zijn via de kinderen hun ouders te bereiken. Met name de boerderij en het boerenleven biedt veel aanknopingspunten voor een positieve bijdrage aan het landschap. Niet alle boeren zien deze rol voor zichzelf weggelegd (*'het moet wel bij je passen'*).

Concrete voorbeelden:

- Zelf excursies door het landschap organiseren en leiden;
- Rondleidingen geven over het eigen (boeren)bedrijf (kijkstallen, een koekeloerhuisjes);
- Het landschap actiever integreren op het eigen erf (streekeigen erfbeplanting);
- Landschapselementen zoals singels en houtwallen actief beheren;
- Ruimte geven aan de natuur in de akkerranden;
- Schoolklassen uitnodigen op de boerderij.

3. Meewerken aan het beheer van het landschap

De gespreksdeelnemers zijn zich ervan bewust dat het landschap veel onderhoud vraagt. Een deel van de gespreksdeelnemers is al vrijwilliger en werkt zo mee aan het onderhoud. Belangrijk is wel dat ze beschikken over de juiste middelen en dat er ook (professionele) begeleiding is. Ook zien ze voor zichzelf een rol weggelegd om het belang van het vrijwilligerswerk ook naar anderen uit te dragen en zo meer vrijwilligers te werven (zie ook punt 4).

Concrete voorbeelden:

- Deelname aan de plaatselijke 'knot-ploeg'
- Via landschapsbeheer bijdragen aan het onderhoud van houtwallen, singels en poelen;
- Het monitoren van de flora en fauna
- Beschermen van de weidevogels
- Het gebruik van streekeigen erfbeplanting stimuleren

4. Anderen bij het beheer van het landschap betrekken

Zoals in het vorige punt al naar voren kwam is vrijwilligerswerk belangrijk om het landschap in stand te kunnen houden. Mensen aan tafel hebben allerlei creatieve ideeën om ook anderen de handen uit de mouwen te laten steken. *‘Mensen gaan zich echt zelf verantwoordelijk voelen en komen dan terug om te kijken hoe het er later uit ziet.’*

Concrete voorbeelden:

- Verjaardagsfeestjes voor kinderen organiseren waarbij je een groep kinderen begeleidt bij het onderhoud van een hakhoutsingel (met handzaagjes);
- Maatschappelijke stages in het landschap, waarbij een groep middelbare scholieren een week meewerkt op de boerderij;
- Bedrijven teambuildingsuitjes in het landschap laten organiseren of werknemers bomen laten knotten;
- Stimuleren dat bijvoorbeeld werklozen of mensen met een burn-out worden ingezet voor (het veelal helende) onderhoudswerk aan het landschap;
- De toegankelijkheid in het landschap vergroten met wandelpaden, bijvoorbeeld via de ommetjesregeling van Landschapsbeheer.

5. Krachten bundelen; lokale initiatieven samenbrengen

Veel van de gespreksdeelnemers zijn zelf (als vrijwilliger) aangesloten bij een (plaatselijke) natuurorganisatie. Vanuit die positie kun je samen iets ondernemen voor het landschap. Maar, zo geven ze aan, ook al ben je lid van een organisatie, het blijft altijd belangrijk om anderen op te zoeken, krachten te bundelen en samen te werken. Er gebeurt al zoveel in het landschap, dat zou allemaal nog beter uit de verf komen wanneer initiatieven samen komen. Dit bundelen van krachten hoeft voor de deelnemers niet per se formeel geregeld te worden. Belangrijk is in ieder geval dat er meer wederzijdse acceptatie en erkenning tussen op het eerste gezicht tegenstrijdige belangen ontstaan (bijvoorbeeld wanneer boeren het beheer gaan doen voor natuurorganisaties).

Concrete voorbeelden:

- De ambtenaren aan tafel zien een belangrijke taak voor zichzelf weggelegd om mensen bij elkaar te brengen;
- Ontwikkelen van een databank waar alle kennis over activiteiten en onderhoud van het landschap samen komt;

- Regelmatig samen komen (zoals bij deze huiskamergesprekken) om ideeën uit te wisselen.

6. Inspraakmogelijkheden en lobby

De gespreksdeelnemers geven het belang aan van het meepraten over de ontwikkelingen in het landschap en doen dat ook actief. Door krachten te bundelen en samen te werken is een krachtige lobby bij de overheid mogelijk. Veel gespreksdeelnemers vinden het belangrijk om mee te praten en inspraakmogelijkheden te benutten, maar zijn tegelijkertijd vaak sceptisch over de invloed die zij als burger hebben.

Concrete voorbeelden:

- Gebruik maken van het formele recht tot inspraak.
- Alternatieve ideeën ontwikkelen (laten zien dat burgers meedenken in plaats van tegenwerken)
- Voorlichting over inspraakmogelijkheden is gewenst.

7. Samen meebetalen aan het landschap

Alle aanwezige gespreksdeelnemers weten dat de instandhouding van het landschap geld vergt en zien daarbij voor zichzelf en anderen een rol weggelegd. Om in het algemeen mensen echter zo ver te krijgen dat ze mee willen betalen zal er nog wel meer aan bewustwording moeten gewerkt, bijvoorbeeld met excursies en activiteiten in het landschap. Men verwacht dat de gemiddelde Nederlander best wil meebetalen aan het kostbare onderhoud van het landschap, als beter wordt uitgelegd wat er met het geld gebeurt.

Concrete voorbeelden hiervan:

- Lid worden en/of een bijdrage te schenken aan een natuurorganisatie
- Gebruikmaken van de lokale economie en faciliteiten (en op die manier indirect meebetalen);
- Belastinggeld (landschapsbelasting) heffen;
- Landschapsfondsen per gebied vullen met geld van projectontwikkelaars en recreatieondernemers, bedrijven in de regio (die iets aan MVO willen doen) en bewoners (die profiteren van het mooie landschap en de waarde die het aan hun huis geeft);
- Benut alternatieve financieringsmogelijkheden, zoals een landschapsveiling of 'adopteer een akkerrand'.

4 Conclusies en aanbevelingen

In de vorige hoofdstukken zijn de belangrijkste thema's en handelingsperspectieven geclusterd en uitgewerkt. Samengevat blijkt dat actieve burgers veel binding hebben met het landschap, en dan vooral met het boerenland(schap). Niet de herten of vlinders in de natuur, maar het door mensenhanden tot stand gekomen Nederland, is het landschap waarmee deze mensen zich identificeren. Dit sluit aan bij de huidige tijdsgeest waarin mensen trots zijn op hun eigen regio, maar met zorg kijken naar de ontwikkelingen in de rest van Nederland en de wereld. In deze tijd zoeken mensen naar ankerpunten dicht bij huis om zich mee te verbinden.

De binding met de eigen streek is echter wel afhankelijk van de mate waarin zij het landschap nog 'herkennen'. Storende elementen zijn niet alleen windmolens, bedrijventerreinen en megastallen, maar ook 'vreemd vee' of aanplanting die niet streekeigen is. De deelnemers willen dan ook het liefst dat bij nieuwe ingrepen, noodzakelijk voor bijvoorbeeld de economische ontwikkeling van of bereikbaarheid in de regio, landschappelijke inpassing voorop staat. Alleen op die manier kan een mooi landschap de kansen voor educatie en recreatie verzilveren, aldus deze groep burgers.

Landschapselementen zoals houtwallen en singels, die maken dat burgers het landschap als hun eigen streek 'herkennen', hadden vroeger een functie hadden die nu meestal is weggefallen. Er heerst veel draagvlak onder de deelnemers om dergelijke landschapselementen - met hulp van boeren - nieuw leven in te blazen in en er als burger een actieve bijdrage aan te leveren, dan wel als vrijwilliger, dan wel financieel.

De boer vervult voor de deelnemers een sleutelpositie in het landschap. Maar ook hier geldt: het boerenbedrijf zoals de deelnemers het herkennen. Authenticiteit is erg belangrijk. Dat betekent: niet te grootschalig en alleen streekeigen sectoren. Naast het runnen van een gezond boerenbedrijf krijgt de boer van de deelnemers ook een centrale rol in landschapsbeheer. Daaraan gekoppeld zou hij erf en akkers moeten openstellen voor recreanten. Om rond te komen kan de boer neveninkomsten halen uit verbreding van zijn activiteiten (camping, winkel).

Tegelijkertijd wordt het voor boeren steeds moeilijker om het hoofd boven water te houden. Ontwikkelingen op de wereldmarkt en herzieningen in het

Gemeenschappelijk Landbouwbeleid leiden ertoe dat groei en innovatie de enige manieren zijn om het boerenbedrijf financieel gezond te houden. Voldoende neveninkomsten halen uit streekproducten of een boerderij-camping is maar voor een beperkt deel van de boeren weggelegd. En recreanten op het erf of het land toelaten is niet zomaar mogelijk met het oog op hygiëne-eisen of loslopend vee. Bovendien willen veel boeren niet verbreden maar ‘gewoon boeren’.

Concluderend is er dus sprake van een kloof tussen de wens van actieve burgers om het landschap herkenbaar te houden (authenticiteit) en de moderne eisen aan het boerenbedrijf. Hier ligt echter ook een kans. Bijvoorbeeld door samen met boeren nieuwe toepassingen te vinden voor restproducten van landschapsonderhoud, zoals het benutten van organisch materiaal voor mestvergisting. Of door het positieve imago van het authentieke boerenbedrijf te benutten om het landschap te promoten en daarmee fondsen én vrijwilligers te werven die nodig zijn voor de zorg van het landschap.

Op grond van bovenstaande conclusie zijn enkele communicatie-aanbevelingen te geven:

Kernboodschap

Communiceer niet over de mooie natuur, maar over de geschiedenis van het landschap. Maak gebruik van het positieve imago van het authentieke boerenbedrijf. Sluit aan bij het gevoel van trots op het eigen land(schap).

Communicatie met het brede publiek

- Spreek mensen aan op hun gevoel van identiteit en verbondenheid met het landschap door ‘het verhaal’ achter het landschap in de eigen regio te vertellen (of anderen te stimuleren dat te doen).
- Benut de energie van actieve burgers in de communicatie. De deelnemers aan de huiskamergesprekken vormen een voorhoede als het gaat om betrokkenheid bij het landschap. Deze groep is daarom bij uitstek geschikt om als een olievlek andere mensen in hun omgeving te bereiken en warm te maken voor het landschap.
- Biedt meer en eerlijke voorlichting over de invloed die burgers kunnen uitoefenen over de ontwikkelingen in hun regio, bijvoorbeeld inspraakmogelijkheden (of verwijs naar de plekken waar burgers voor informatie en ondersteuning terecht kunnen).

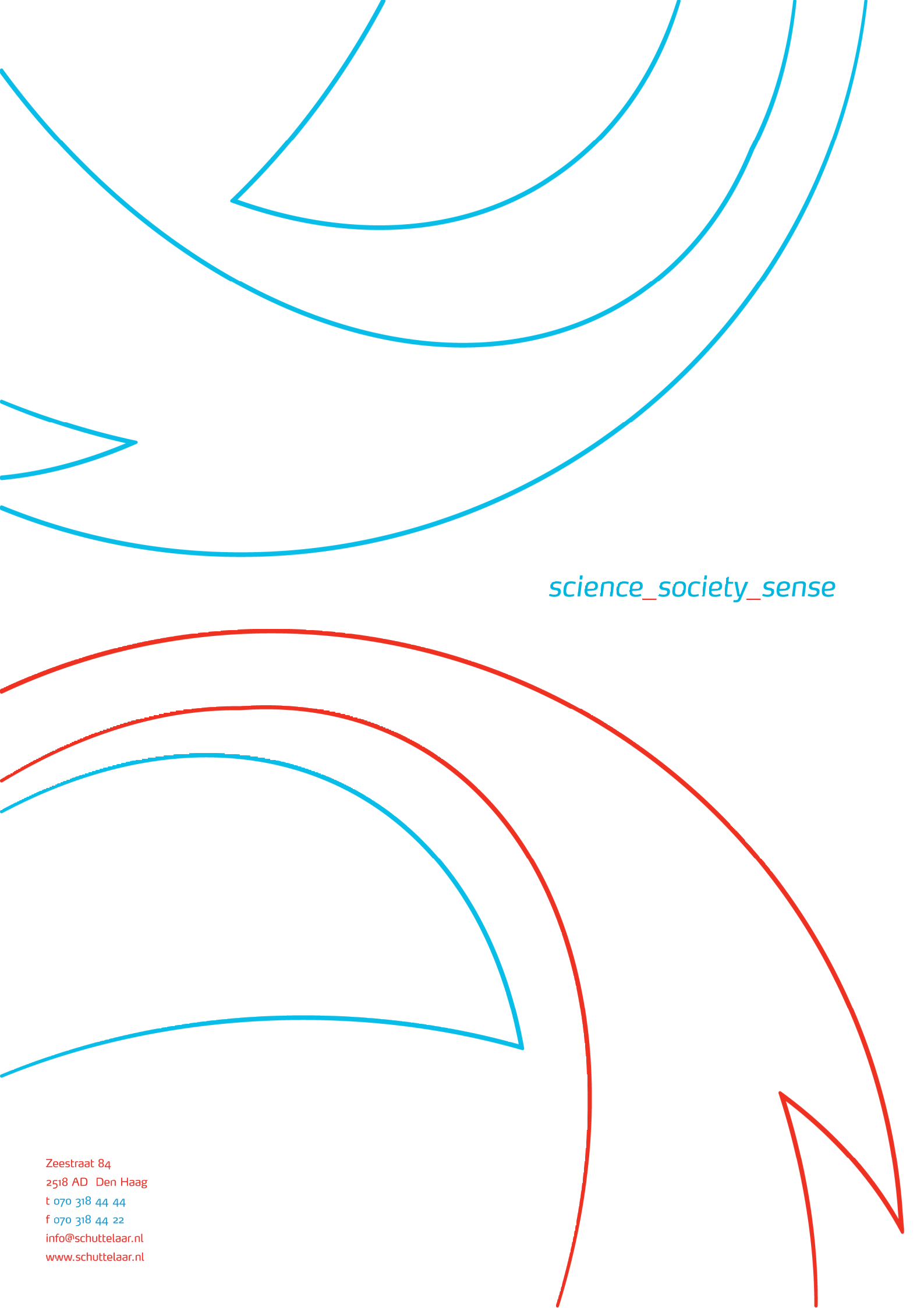
Communicatie met specifieke doelgroepen¹

- Leerkrachten op scholen in het landelijk gebied. Hoewel mensen in het onderwijs tegenwoordig genoeg op hun bord krijgen, kan hier de link gelegd worden met de groep actieve burgers die bijvoorbeeld graag gastlessen of excursies voor scholen organiseren.
- Makelaars die (nieuwe) bewoners in de regio woningen proberen te verkopen. Een woning in een aantrekkelijk landschap is - ook op de lange termijn - veel meer waard.
- Notarissen die (oudere) mensen voorlichten over wat zij met hun nalatenschap kunnen doen. Landschapsfondsen in het testament laten opnemen is voor veel mensen een invulling van hun betrokkenheid bij het landschap.
- Grote en kleinere bedrijven in het landelijk gebied. Door zich als bedrijf te verbinden met de regio - bijvoorbeeld door sponsoring van of bedrijfsuitjes in het landschap - geeft het invulling aan maatschappelijk verantwoord ondernemen (goed voor imago) en bindt het werknemers aan zich die zelf die betrokkenheid ook (gaan) voelen.

Overige aanbevelingen

- Ga op zoek naar nieuwe allianties om de boodschap over het landschap over het voetlicht te brengen, bijvoorbeeld via de achterkant van een melkpak (zuivelsector).
- Stimuleer innovaties in de agrarische sector die helpen bestaande landschapselementen in stand te houden.
- Faciliteer kennisuitwisseling tussen lokale initiatieven in verschillende regio's.
- Vraag gemeenten en projectontwikkelaars om bijzondere landschappen meer streekeigen nieuwbouw te ontwikkelen.

¹ Natuurlijk zijn veel specifieke doelgroepen in deze huiskamergesprekken *niet* aan het woord gekomen, zoals nieuwe bewoners van het landelijk gebied (stadsmensen of 65-plussers op zoek naar ruimte en groen) en allochtonen (die veel minder in het landelijk gebied zijn te vinden, maar in de stad wonen en in stadsparken recreëren). Voor deze mensen krijgt landschap ongetwijfeld een geheel andere invulling.



science_society_sense

Zeestraat 84
2518 AD Den Haag
t 070 318 44 44
f 070 318 44 22
info@schuttelaar.nl
www.schuttelaar.nl