

Het imago van de Veenkoloniën

Eindrapport Project Waardering en Beeldvorming
Veenkoloniën

Richard H. Rijnks & Dirk Strijker

mei 2011

EXECUTIVE SUMMARY

Aanleiding van het onderzoek

In het rapport van de Commissie Structuurversterking Veenkoloniën (Commissie Hoekstra, 2001) werd aangegeven dat de Veenkoloniën een negatief imago hebben. Dit negatieve imago staat volgens Hoekstra *cs.* de ontwikkeling van de Veenkoloniën in de weg. Onderzoeken van Reiling (2008) en Smid (2009) wezen uit dat bewoners van de Veenkoloniën juist erg positief zijn over het gebied, maar dat mensen van net buiten het gebied het een stuk lager waarderen. Imago is belangrijk voor vestigingsklimaat en zelfbewustzijn. Een scherp inzicht in wie welk beeld heeft van de Veenkoloniën is daarom van groot belang voor de beleidsmakers. De Agenda voor de Veenkoloniën heeft daarom aan de Werkplaats Veenkoloniën gevraagd nader onderzoek te doen naar het imago van de Veenkoloniën. Het onderzoek is uitgevoerd vanuit Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen van de Rijksuniversiteit Groningen, in samenwerking met de Hanze Hogeschool. Ook vanuit Van Hall Larenstein is bijgedragen aan het onderzoek.

Opzet van het onderzoek

Het doel van ons onderzoek is te achterhalen wat het imago van de Veenkoloniën is, wie precies welk beeld van het gebied heeft, en waar dat beeld op gebaseerd is. Daartoe is zowel binnen als buiten de Veenkoloniën onderzoek gedaan. Nederland is in het onderzoek opgedeeld in vier regio's, namelijk de Veenkoloniën zelf, de aangrenzende regio's Westervolde en de Hondsrug, de daaraan grenzende provincies (de rest van Groningen en Drenthe, plus Friesland en Overijssel) en tenslotte de rest van Nederland. In deze vier 'schillen' zijn geclusterde steekproeven getrokken in willekeurig getrokken straten. In totaal waren 3064 huishoudens onderdeel van de steekproef, wat resulteerde in 922 ingevulde enquêtes.

Resultaten

Er zijn twee belangrijke conclusies te trekken uit ons onderzoek. De eerste is dat het negatieve beeld van de Veenkoloniën vooral bestaat in de gebieden vlak om de Veenkoloniën heen. Mensen in de Veenkoloniën zelf, en mensen die verder weg wonen zijn veel positiever. De tweede belangrijke conclusie is dat het landschap van de Veenkoloniën veel minder negatief beoordeeld wordt dan vooraf gedacht was. Veel respondenten, vooral die van verder weg, associëren de Veenkoloniën met mooie natuur, en het aspect *ruimte* wordt positief beoordeeld. Ze zien de Veenkoloniën feitelijk vooral als een 'gewoon' plattelandsgebied. Uit ons onderzoek komt het negatieve sociaal-economische klimaat ('armoede') wel naar voren, maar dit deel van het imago ligt nogal genuanceerd. Naarmate de afstand tot het gebied toeneemt, verandert dus het beeld dat mensen schetsen van de Veenkoloniën.

Aan de respondenten is onder meer gevraagd de Veenkoloniën te waarderen met rapportcijfers voor Wonen, voor Recreëren en voor Werken. Voor Wonen resulteerde dat in het volgende beeld:

Rapportcijfer Veenkoloniën voor Wonen	
Bewoners Veenkoloniën	7,6
Direct er omheen	5,9
Rest Noordelijke provincies	6,1
Rest van Nederland	6,4

De rapportcijfers voor Recreëren zijn vergelijkbaar met het bovenstaande, maar die voor Werken zijn duidelijk ongunstiger. De Veenkoloniën wordt al met al als een redelijk aantrekkelijk gebied gezien, als gewoon platteland, maar niet voor Werken, en dat dan vooral niet bij mensen die niet in de Veenkoloniën wonen. De bewoners zelf zijn overwegend positief over hun woongebied. Zij associëren het gebied voornamelijk met een rustig woonklimaat en een aantrekkelijk landschap. Bewoners uit de direct omringende regio's geven de laagste waarderingen voor de Veenkoloniën. Een mogelijke verklaring hiervoor is het in de internationale literatuur bekende fenomeen van 'othering', om de kwaliteit van de eigen regio te benadrukken, wordt het negatieve van de aangrenzende regio benadrukt. Naarmate de afstand tot de Veenkoloniën verder toeneemt worden de waarderingen weer gunstiger. We hebben dit het 'sombbrero-model' genoemd. Hoe verder men van het gebied afwoont, hoe meer het beeld van de Veenkoloniën op een algemeen plattelandsbeeld begint te lijken. En het algemene plattelandsbeeld is in Nederland zonder meer positief.

In het onderzoek is ook nagegaan hoe mensen die uit de Veenkoloniën weggegaan zijn, tegen het gebied aankijken. Vooraf bestond het vermoeden dat dergelijke mensen een negatief beeld zouden hebben, ze zijn immers weggegaan. Uit ons onderzoek blijkt echter dat mensen die uit de Veenkoloniën wegtrekken zich boven verwachting verbonden blijven voelen met de Veenkoloniën en ook behoorlijk positief zijn over het gebied. Ze kunnen tot op zekere hoogte als ambassadeurs van het gebied gezien worden. Een negatieve imago speelt zoals gezegd vooral bij mensen die in de directe omgeving van de Veenkoloniën wonen. Daarnaast blijkt dat mensen die het gebied niet kennen via direct contact (via wonen, via recreatie of anderszins) minder positief zijn. Die groep baseert zich op wat ze horen via de media. Voor die mensen zijn 'saai', 'werkloosheid' en 'armoedig' belangrijke begrippen. Zij verbinden de Veenkoloniën daarnaast opvallend vaak met zaken uit het verleden, turf en veen, en dan in negatieve zin. Overigens wijst alles erop dat de Veenkoloniën voor de landelijke redacties een 'gewoon' gebied buiten de Randstad is. En dat betekent dat alleen groot nieuws uit het gebied wordt opgepikt.

Het opleidingsniveau van mensen blijkt invloed te hebben op het beeld van de Veenkoloniën. Respondenten met een hogere opleiding, zowel binnen als buiten het gebied, geven lagere waarderingen voor de Veenkoloniën, en dan vooral weer voor Werken. Leeftijd heeft nauwelijks invloed op het beeld: jongeren zijn niet negatiever dan andere leeftijdscategorieën. Samenvattend: het negatieve beeld bestaat eigenlijk alleen in de directe omgeving - niet in de Veenkoloniën zelf of verder weg in Nederland - het landschap vormt geen belangrijke factor, het verleden en het gebrek aan werkgelegenheid wel.

Aanbevelingen

- De Veenkoloniën worden geassocieerd met platteland, wees er blij mee en hou dit zo. Platteland heeft een positief imago.
- Benadruk de welvarende aspecten van de Veenkoloniën.
- Ga voor imago-redenen niet sleutelen aan het landschap. Dat spaart ook nog eens veel geld uit.
- Cultiveer het beeld van het verleden NIET. Probeer in activiteiten NIET de link te leggen met het verleden, maar focus op het heden, en op wat er nu en straks in het gebied *kan*.
- Benadruk de normale economische structuur van het gebied. Zet het gebied niet neer als een landbouwregio en benadruk het belang van de dienstensector in de regio. Die is immers in de Veenkoloniën bijna net zo groot als in de rest van Nederland.
- Probeer versnippering van positieve media-aandacht tegen te gaan, want alleen groot en bijzonder nieuws haalt de landelijke pers.
- Vlak waar mogelijk het verschil met omliggende regio's af. Benadruk niet het verschil tussen het zandgebied en het veengebied.
- Maak gebruik van de positieve gevoelens van mensen die het gebied verlaten hebben (versterk hun ambassadeursfunctie).
- Benadruk, met name naar hoger opgeleiden, dat het gebied niet ver weg ligt. De afstanden tot de Randstad, Noord-West Duitsland en het Ruhrgebied en tot nabije grotere steden (Groningen, Zwolle, Emmen, Assen) zijn klein. Die steden behoren bij het arbeidsmarktgebied Veenkoloniën.

Inhoudsopgave

EXECUTIVE SUMMARY	2
Inhoudsopgave	5
1 Inleiding	7
1.1 De aanleiding	7
1.2 De uitvoering	7
1.3 De onderzoeksvraag	8
1.4 Aanpak en opbouw	8
2 Inkadering	9
2.1 Theoretische inkadering	9
2.1.1 Waarom het imago belangrijk is	9
2.1.2 Hoe komt een bepaalde identiteit tot stand	11
2.2 Geografische inkadering	12
2.3 Maatschappelijke inkadering	13
2.4 Methoden	15
2.4.1 De onderzoeksopzet	15
2.4.2 Inhoud van de vragenlijst	16
2.4.3 Uitvoering van de steekproef	20
2.5 Respons	20
3 Resultaten	22
3.1 Waardering van de Veenkoloniën	22
3.2 Beeldvorming van de Veenkoloniën	23
3.2.1 Overzicht van het beeld	23
3.2.2 Samenstelling van het beeld: De identity markers	25
3.2.3 Het beeld van de Veenkoloniën: verschillen naar regio's	27
3.3 Waardering van de Veenkoloniën naar woongeschiedenis	30
3.4 Waar komt het beeld vandaan?	33
3.5 Welk beeld hebben verschillende groepen van de Veenkoloniën?	36
4 Synthese en conclusie	38
5 Aanbevelingen	41

Literatuur	44
Bijlage 1: Algemene resultaten	47
Bijlage 2: Vragenlijsten	50
Bijlage 3: Opbouw van de steekproef	56

1 Inleiding

1.1 De aanleiding

Er wordt vaak beweerd dat de Veenkoloniën te lijden hebben van een negatief imago (Cie. Hoekstra, 2001; van der Schoot, 2006). Het imagoprobleem wordt daarbij gekoppeld aan verschillende aspecten: de geografische ligging (ontoegankelijk), de esthetische kwaliteiten (leeg, vlak, eindeloos, milieuproblemen), de economie (afhankelijk, eenzijdig), of sociaal-culturele kwaliteiten (armoedig, stugge, in zichzelf gekeerde mensen, afkeer van al wat vreemd is). Het veronderstelde negatieve imago zou vervolgens gevolgen kunnen hebben voor het welbevinden van de bewoners, voor locatiebeslissingen van nieuwe bewoners en bedrijven, en voor de beoordeling van het gebied door de overheid.

Niet iedereen is negatief over het gebied. Er wordt nogal eens gewezen op het ondernemende karakter van de inwoners van de Veenkoloniën, waarbij aangehaald wordt dat een vorige generatie als pionier in het gebied begonnen is (zie bijvoorbeeld Agenda voor de Veenkoloniën, 2011; Gemeente Stadskanaal, 2008; Cab, 2010). Uit onderzoek is duidelijk geworden dat ook de eigen inwoners soms positief tegen hun woongebied aankijken. Onderzoeken van Reiling (2008) en Smid (2009) geven aan dat de waardering door de bewoners voor hun woonplaats in de Veenkoloniën ligt tussen een rapportcijfer 7 of 8 (zie bijlage 1) een waardering die op een normaal niveau ligt (af te leiden uit bijvoorbeeld CBS, 2011)¹. Uit de onderzoeken van Reiling en Smid blijkt overigens dat de waardering door mensen van buiten de Veenkoloniën (Reiling: Eext, Hoogersmilde) voor dit gebied een stuk lager ligt. Reiling vond een waarderingscijfer van 4,9 voor Kielwindeweer, hun eigen woonplaats (Eext) waardeerden deze respondenten met een 8,1. Daarbij moet worden aangetekend dat zijn resultaten op een beperkt aantal waarnemingen gebaseerd is.

1.2 De uitvoering

Er zijn allerlei redenen om nader inzicht te willen hebben in het imago van de Veenkoloniën, en in het bijzonder in de achtergronden ervan. De belangrijkste is wellicht de relatie tussen imago en de locatiekeuze van gezinnen en bedrijven. Kennis over het hoe en waarom van het imago is noodzakelijk voor het opzetten van gerichte actie. Daarom heeft de Agenda van de Veenkoloniën² aan de Werkplaats Veenkoloniën³ gevraagd nader onderzoek te doen⁴. Naast het onderhavige onderzoek is in hetzelfde kader een kwalitatief onderzoek gehouden onder nieuw-

¹ Voor de Veiligheidsmonitor van het CBS zijn respondenten onder andere gevraagd naar een rapportcijfer voor hun woonomgeving (Nederland: 7,5) en leefbaarheid (Nederland: 7,4). Groningen scoort gelijk aan het landelijk gemiddelde, Fryslân ééntiende en Drenthe tweetiende hoger op beide gemiddelden

² De Agenda van de Veenkoloniën is een samenwerkingsverband van 9 gemeenten, 2 provincies en 2 Waterschappen in het gebied

³ De Werkplaats Veenkoloniën is een combinatie van een aantal onderwijs- en onderzoeksinstituten (waaronder de Hanzehogeschool Groningen, Van Hall-Larenstein en de Rijksuniversiteit Groningen)

⁴ Het onderzoek is mede-gefinancierd met KIGO-gelden van het ministerie LNV

vestigende melkveehouderijen in de Veenkoloniën door student Anne Clasquin van Van Hall Larenstein. Een samenvatting van de resultaten van dat onderzoek komen verderop in dit rapport aan de orde. Ons onderzoek moet een stevige grondslag vormen voor het sociale en economische ontwikkelingsbeleid voor de Veenkoloniën, zoals dat door de Agenda voor de Veenkoloniën en andere partijen uitgevoerd zal worden, niet gebaseerd op vermoedens, maar op feiten.

1.3 De onderzoeksvraag

In de inleiding is vastgesteld dat het niet zo duidelijk is of de Veenkoloniën wel bij iedereen een negatief imago heeft. Evenmin is duidelijk waar het imago op gebaseerd is en hoe het wordt overgebracht. Het doel van dit onderzoek is uit te zoeken of het negatieve imago bestaat zodat betrokkenen bij het gebied zich op feiten kunnen baseren in plaats van speculatie.

De hoofdvraag van het onderzoek is daarom:

Wat is het beeld dat verschillende groepen in Nederland van de Veenkoloniën hebben, en waar is dat beeld op gebaseerd?

Daarbij wordt ingegaan op persoonlijke karakteristieken (woonomgeving, afstand tot het gebied, leeftijd, levensfase / carrière etc.) van de respondenten. Ook wordt aandacht besteed aan de bronnen waaruit men informatie over de Veenkoloniën verkrijgt.

Inzicht in het beeld van de Veenkoloniën en in de achtergronden ervan maakt het mogelijk desgewenst gerichte actie te ondernemen om het beeld van bepaalde doelgroepen te beïnvloeden.

1.4 Aanpak en opbouw

Centraal in het onderzoek staat een uitgebreide enquête onder inwoners van Nederland, ingedeeld naar gebied. Een van de gebieden is de Veenkoloniën zelf, de andere zijn schillen om het gebied heen. In totaal is op 3064 adressen geënquêteerd, resulterend in 922 ingevulde enquêtes. De enquêtes zijn uitgevoerd in een samenwerking tussen de RuG en de Hanze Hogeschool (zie verder paragraaf 2.3).

De opbouw van het rapport is als volgt. In Hoofdstuk 2 worden theoretische overwegingen gegeven rond het begrip 'imago' en worden de gehanteerde methoden en de respons besproken. In hoofdstuk 3 wordt nader ingegaan op de respons en worden de resultaten besproken. Het betreft achtereenvolgens de algemene waardering van de Veenkoloniën, een overzicht van de beelden van de Veenkoloniën, de herkomst van deze beelden en een uitsplitsing van het beeld van de Veenkoloniën naar achtergrondvariabelen. In hoofdstuk 4 volgt een synthese van de gevonden beelden en de processen die tot die beelden leiden. Tenslotte geeft hoofdstuk 5 suggesties voor mogelijke interventies.

2 Inkadering

2.1 Theoretische inkadering

2.1.1 Waarom het imago belangrijk is

De Commissie Hoekstra beschrijft hoe het negatieve imago van de Veenkoloniën één van de twee hoofdproblemen van het gebied is; het andere is volgens hen eenzijdigheid. De onderbouwing van het vermeende negatieve imago in het rapport van de Commissie Hoekstra is echter nogal dun. Onduidelijk blijft ook waarop dat imago is gebaseerd en op welke wijze het bepalend is voor de sociaal-economische ontwikkeling van een gebied. Holloway en Hubbard (2001) bieden hierin een handreiking, door de vaststelling dat er in de relatie tussen mensen en plaatsen niet alleen sprake is van een manier van denken over een plaats, maar dat hieraan ook menselijk handelen is gekoppeld. Binnen de geografie is het gebruikelijk een verband te leggen tussen het beeld dat mensen hebben van een gebied hebben en de invloed hiervan op migratiestromen (zie bijvoorbeeld Boyle *et al.*, 1998). Onderzoek van Thissen *et al.* (2010) wijst uit dat jongeren uit de Veenkoloniën naarmate zij zich minder met de plaats verbonden voelen, vaker de intentie hebben om te verhuizen uit het gebied. Daarnaast troffen Thissen *et al.* aan dat de verhuisintenties voor jongeren met een hoger opleidingsniveau hoger waren, ook als gecorrigeerd werd voor beroepsmogelijkheden. Het probleem dat hierdoor kan ontstaan is een uitstroom van human en social capital, terwijl dat belangrijke ingrediënten zijn voor sociale en economische ontwikkeling (Stockdale, 2006; Terluin, 2003).

Ook voor bedrijven geldt dat het imago van een gebied een leidende vestigingsfactor kan zijn. Kavaratzis en Ashworth (2005) en Pellenbarg (1991) beschrijven hoe regio's zich steeds meer gaan focussen op het beïnvloeden van het imago van de regio als beslisfactor voor bedrijfslocatie. Volgens die visie is de regionale identiteit een belangrijke component van de economische ontwikkeling van de regio. Ten slotte bepaalt het beeld dat bestaat bij beleidsmakers van een regio voor een groot deel welke problemen in een gebied gesignaleerd worden en wat voor oplossingen hiervoor aangedragen worden (Haartsen, 2002). In box 1 wordt dit in een interview met een betrokkene op het gebied van landelijk beleid nader uitgewerkt.

Identiteit en imago

Het imago van een gebied en de identiteit van het gebied zijn begrippen die vaak door elkaar gebruikt worden. De identiteit werd eerder omschreven als “wat je werkelijk bent” (Pellenbarg, 1994, p. 2), en imago als het “voorstellingsbeeld of ideaalbeeld van iets of iemand, of ook het beeld in de publieke opinie”. Identiteit zou daarmee een vaststaande en verifieerbare afspiegeling van de werkelijkheid zijn, terwijl het imago een resultante is van een proces van beeldvorming van een regio, al dan niet op feiten gebaseerd.

Tegenwoordig weten we dat ook identiteit weinig of niets met de werkelijkheid te maken hoeft te hebben (Groote *et al.*, 1999). Identiteiten zijn niet statisch, er is bijvoorbeeld geen sprake van een beeld van 'de Fries' dat over decennia, laat staan eeuwen, coherent en constant is gebleven (zie bijvoorbeeld Tempelman, 1999). Identiteiten zijn afhankelijk van de sociale context (Johnston *et al.*, 2000) en daarmee per persoon verschillend. Hoewel zowel de identiteit als het imago sociaal geconstrueerd zijn, maken we in dit onderzoek toch een onderscheid tussen de twee. Het imago van de regio omschrijven we als een collectieve sociale constructie van het gebied, een beeld waar zowel buitenstaanders als eigen inwoners zich grotendeels in kunnen vinden. De identiteit van het gebied daarentegen verschilt van persoon tot persoon. In onderhavig rapport wordt het imago van het gebied gedefinieerd als een geaggregeerd en tot op zekere hoogte coherent geheel aan identiteiten.

Wat is een regio?

De regio zelf wordt gedefinieerd op basis van aspecten die al dan niet in een regio aanwezig zijn, maar die door mensen aan het gebied toegeschreven worden ten einde een regio te kunnen onderscheiden van andere gebieden (Paasi, 2003). De definitie van het gebied is afhankelijk van het doel van de definitie. Een voorbeeld hiervan is de definitie van de Veenkoloniën door de Commissie Hoekstra voor hun rapportage over de sociaal-economische problematiek in de regio. In die rapportage is de regio Westerwolde toegevoegd aan de Veenkoloniën, aangezien de sociaal-economische problematiek in deze regio's vergelijkbaar zou zijn. In ons onderzoek wordt Westerwolde echter apart genomen, aangezien verondersteld wordt dat de fysiek-landschappelijke aspecten van beide gebieden te zeer verschillen. Deze verschillen kunnen leiden tot een verschil in het imago van beide gebieden.

En wat is de identiteit van die regio?

De aspecten die de basis vormen voor de definities van de regio, zijn ook onderdeel van de regionale identiteit. Regionale identiteiten zijn, evenals de definities van de regio, niet uniform of constant (zie bijvoorbeeld Tempelman, 1999). De constructie van 'de' regionale identiteit is afhankelijk van verschillende belangen en de sociale context van zowel het gebied als de persoon die een bepaald beeld heeft. Doordat verschillende mensen, uit bijvoorbeeld andere regio's, met verschillende sociale achtergronden of met verschillende belangen, het gebied op verschillende manieren bekijken, kunnen de regionale identiteiten van een gebied zeer diverse vormen aannemen.

2.1.2 Hoe komt een bepaalde identiteit tot stand

Sense of place: regional identity

Om te bepalen hoe personen zich verhouden tot een regio of een plaats zijn vanuit uiteenlopende disciplines (psychologie, culturele geografie, economische geografie) verschillende theoretische kaders ontwikkeld. Vanuit de psychologie ligt de nadruk op de manier waarop de woonplaats of plaats van herkomst invloed heeft op de identiteit *van de persoon* (regional identity). Toonaangevend binnen deze analyses is het concept **sense of place** (Jorgensen & Stedman, 2001). Hierbij wordt de mate van bewustzijn en kennis van een plaats uitgedrukt in drie variabelen:

- place-identity: de mate waarin een persoon zich identificeert met een gebied (*ik voel mij daar thuis, ik woon daar met mijn soort mensen, etc.*)
- place-attachment: de mate waarin een persoon zich verbonden voelt met een gebied (*als ik niet in dat gebied ben mis ik het gebied, ik ben het gelukkigst in het gebied, etc.*)
- place-dependence: de mate waarin een persoon op een positieve of negatieve manier afhankelijk is van het gebied (*ik woon in het gebied omdat dat noodzakelijk is voor mijn werk, wonen of andere redenen, ik woon in het gebied omdat mijn partner daar al woonde etc.*)

Gezamenlijk bepalen bovenstaande aspecten de aard en sterkte van de relatie tussen een persoon en een regio. De focus ligt bij deze definiëring van identiteit op de persoon en niet op gebiedsspecifieke karakteristieken. De vraag die beantwoord wordt is hoe de plaats onderdeel vormt van de persoon zelf (Proshansky, 1978).

Het gebied centraal: identity of a region

Binnen de culturele geografie staat het gebied als onderzoeksobject centraal. Welke aspecten (fysiek, sociaal, werkelijk of ingebeeld) zijn bepalend in de definitie van een plaats en een regio (Paasi, 2003), en hoe komt het dat (juist) deze aspecten bepalend zijn voor de plaats? Afgeleide van deze definitie van regionale identiteit is dat deze *toegekend* wordt (door selectie van aspecten) aan een regio door (groepen) personen. De regio wordt gedefinieerd op basis van een selectie van aspecten die aan die regio worden toegeschreven, de identity-markers (Tempelman, 1999). De selectie vindt, bewust en onbewust, plaats bij de persoon zelf. De vraag is dan: welke aspecten worden met het gebied geassocieerd en is hierin een onderscheid te maken tussen verschillende (groepen) mensen.

Identiteit en regio als onderzoeksobject

De regionale identiteit is onderdeel van de persoonlijke identiteit. Onderzoek naar de regionale identiteit spitst zich toe op de manier waarop een persoon verbonden is met een regio (sense of place). De mate waarin er sprake is van een sense of place beïnvloedt het gedrag van de persoon ten aanzien van de regio (bijvoorbeeld migratie).

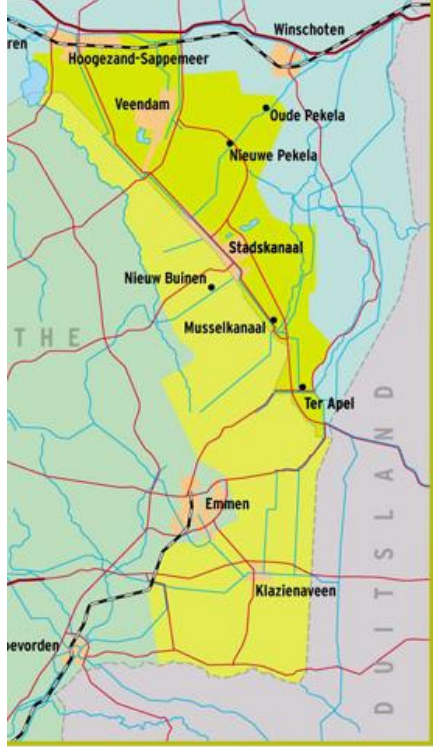
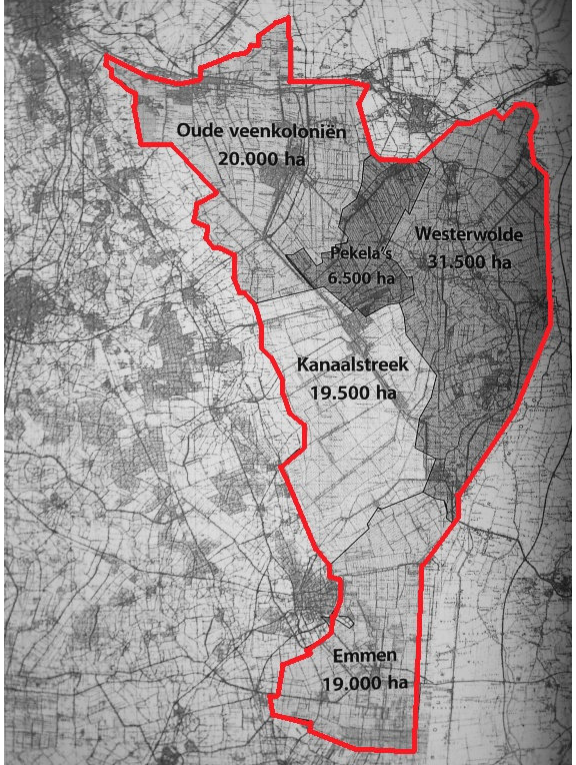
Identiteiten van een regio worden toegeschreven door personen aan een regio en zijn daardoor van persoon tot persoon verschillend. De nadruk ligt hier echter op welk beeld een persoon van een regio heeft, in plaats van op welke manier de regio onderdeel is van de identiteit van de persoon. Doordat een regio gedefinieerd is op basis van bepaalde aspecten, werkelijk dan wel ingebeeld, komen bepaalde elementen van de regio in de identiteiten van een regio bij groepen mensen vaker naar voren. De gezamenlijke collectieve identiteit van een regio bij een groep personen is het imago van de regio. Dit imago kan bij verschillende groepen mensen andere vormen aannemen, maar is binnen die groepen grotendeels coherent. Onderzoek naar regionale identiteiten en imago richt zich daarom op twee schaalniveaus, de persoon en de groep.

2.2 Geografische inkadering

De gebiedsafbakening van de Agenda van de Veenkoloniën (figuur 1) volgt de ontstaansgeschiedenis van het gebied (het grootschalige veenontginningsgebied) en komt grotendeels met die van de Commissie Hoekstra (figuur 2) overeen, met uitzondering van het deelgebied Westerwolde. Het argument voor de Commissie Hoekstra om dit deel, dat qua ontstaansgeschiedenis afwijkt van de overige delen, wel mee te nemen is, zoals gezegd de aanname dat de 'problematiek in Westerwolde niet wezenlijk verschilt van die van het typisch

Veenkoloniaal gebied' (Commissie Hoekstra, 2001 p. 10). In ons onderzoek wordt het gebiedsdeel Westerwolde niet als onderdeel beschouwd van de Veenkoloniën. Het verschil in ontstaansgeschiedenis en ligging maakt dat het landschap van dit deel (in ieder geval deels) meer overeenkomsten vertoont met het Drentse zandgebied dan de veenontginningen. Om met name de visuele beeldvorming over dit gebied goed te kunnen bestuderen is het daarom gewenst het gebied enger af te bakenen. In ons onderzoek wordt het gebied de Veenkoloniën gedefinieerd overeenkomstig de afbakening van de Agenda van de Veenkoloniën (zie www.veenkolonien.nl).

De karakterisering van een regio is overigens mede afhankelijk van het schaalniveau waarop de regio bekeken wordt. Het is heel wel mogelijk dat aan de Veenkoloniën een negatief imago wordt toegeschreven, terwijl stukjes Veenkoloniën (Kielwindeweer bijvoorbeeld: het onderzoek van Reiling) positief worden beoordeeld.

Figuur 1: Gebiedsafbakening Agenda voor de Veenkoloniën	Figuur 2: Gebiedsafbakening Commissie Hoekstra
	
Bron: Agenda voor de Veenkoloniën (2002), www.veenkolonien.nl (laatst bezocht op 17-02-2011), fragment	Bron: Reiling (2008)

2.3 Maatschappelijke inkadering

Zoals in paragraaf 2.1 al aangegeven heeft het beeld wat mensen van een gebied hebben een invloed op hun acties met betrekking tot het gebied. Een negatief imago beïnvloedt onder andere de migratiestromen, de vestiging van bedrijven en daarmee de werkgelegenheid en de

mate waarin het gebied kan profiteren van toerisme. Migratie wordt gezien als een belangrijke katalysator in de ontwikkeling van plattelandsgebieden (Stockdale, 2006; Thissen *et al.*, 2010). Vooral jonge, intelligente mensen trekken weg uit plattelandsgebieden. Dit wordt veroorzaakt door mensen die zich vanwege een gebrek aan arbeidsmogelijkheden in het gebied zelf genoodzaakt voelen te vertrekken. Daarnaast, en in het bijzonder, vertrekken jonge mensen voor opleidings- en carrièremogelijkheden uit het gebied (Stockdale, 2006). Deze twee migratiestromen hebben een negatieve invloed op de aanwezigheid van 'human capital' in de regio. Human capital wordt gedefinieerd als 'acquired knowledge, skills and attitudes' (Doyle, 1994). Stockdale (2006) stelt dat de aanwezigheid van voldoende human capital een voorwaarde is voor de ontwikkeling van een plattelandsgebied. Thissen *et al.* (2010) benadrukken dat met de toegenomen mobiliteit en individualisering van jonge mensen in de samenleving, de uitmigratie van jongeren voor opleiding- en carrière doeleinden zal toenemen. In diezelfde studie signaleren Thissen *et al.* een patroon waarbij met name de hoger opgeleide jongeren de intentie hebben uit de Veenkoloniën weg te trekken, met als redenen een vervolgopleiding of het gebrek aan passende werkgelegenheid binnen het gebied. Voor de sociaal-economische ontwikkeling van de Veenkoloniën zou dit kunnen betekenen dat er een tekort ontstaat aan human capital. Dit zou de (endogene) economische ontwikkeling van het gebied in de weg kunnen staan. Het belang van human capital voor de agrarische sector wordt met het interview met een beleidsmaker in de agrarische sector in box 2 onderstreept. Desondanks zijn de meningen verdeeld als het gaat om de invloed van mensen die terugkeren naar het gebied (Stockdale, 2006; Thissen *et al.*, 2010).

2.4 Methoden

2.4.1 De onderzoeksopzet

Het doel van het onderzoek is het onderzoeken van de beelden van de Veenkoloniën onder groepen mensen. Hiervoor is een kwantitatieve analyse voor de hand liggend. Kwantitatief onderzoek biedt de mogelijkheid resultaten onderling te vergelijken voor grote groepen respondenten. Kwalitatief onderzoek zou het mogelijk maken om dieper in te gaan op de herkomst van verschillende beelden. Gezien het doel van dit onderzoek, tot generaliseerbare uitspraken over het beeld van de Veenkoloniën voor groepen mensen te komen, is gekozen voor een kwantitatieve analyse.

De gebieden

In ons onderzoek is daarom een grootschalige enquête gehouden onder inwoners van Nederland. De onderzoeksgebieden zijn ingedeeld naar hun afstand tot de Veenkoloniën:

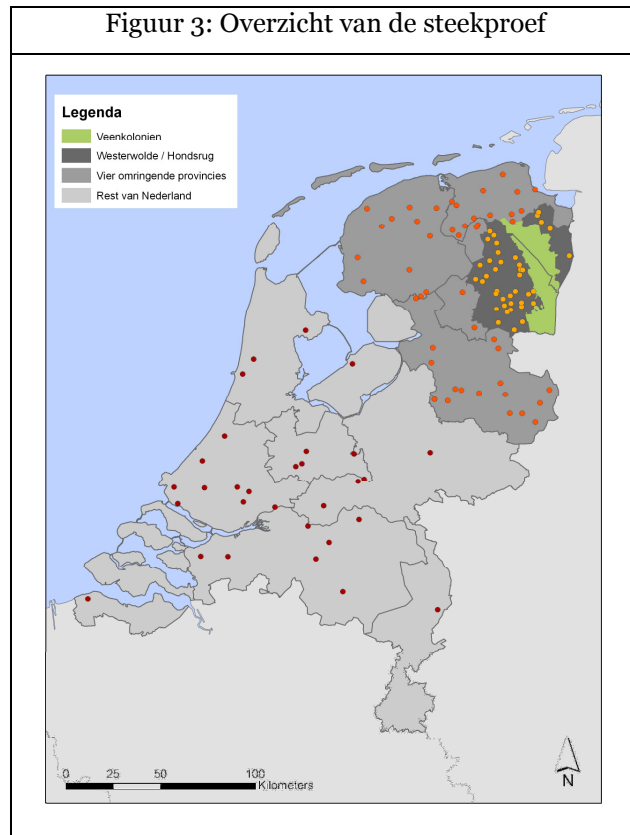
- de Veenkoloniën zelf
- de direct aangrenzende gebieden Westerwolde (Groningen) en het niet-Veenkoloniale deel van de Hondsrug-gemeenten (aan de Drentse kant)
- de aangrenzende provincies Groningen en Drenthe (exclusief genoemde gebieden), en de twee daaraan grenzende provincies Fryslân en Overijssel
- de rest van Nederland

De steekproef⁵

Binnen elk van deze gebieden zijn steekproeven getrokken. In de Veenkoloniën is vanwege de ruimtelijke indeling van het gebied gekozen om de steekproefselectie handmatig te doen, teneinde zo min mogelijk straten zonder woonhuizen⁶ (straten zonder respons) in de steekproef op te nemen. Door middel van Google maps is gezocht naar straten waar woonhuizen aan staan. Bij deze straten is één op de vijf huizen geënuquêteerd. Binnen de Veenkoloniën zijn echter ook een aantal grotere plaatsen (onder andere Stadskanaal, Veendam, Ter Apel). Binnen deze grotere plaatsen zijn op basis van 6-positie postcodes willekeurige straten getrokken waarbinnen één op de vijf huizen geënuquêteerd is. In alle gebieden buiten de Veenkoloniën zijn de steekproeven op dezelfde wijze getrokken: Op basis van 6-positie postcodes (nummers en letters) zijn aselekt straten getrokken. Binnen elke straat zijn vervolgens enquêtes face-to-face afgenomen bij één op de vijf huizen (zie figuur 3 voor een overzicht van de steekproef buiten de Veenkoloniën). Er is voor de face-to-face benadering gekozen omdat dit een positief effect op de respons heeft, een betere controle biedt dat de vragenlijst serieus en volledig wordt ingevuld en met name ook om van mensen die onbekend zijn met het gebied en de gestelde vragen niet zinnig kunnen beantwoorden toch de achtergrondgegevens te kunnen noteren.

⁵ Zie voor een uitgebreide beschrijving van de selectiemethode bijlage 3

⁶ In de Veenkoloniën bevinden zich veel 'lintdorpen', dorpen waarbij de huizen aan weerszijden van één of twee hoofdwegen gebouwd zijn. Aangezien dit het aantal straten per dorp minimaliseert, bestaat de kans dat verbindingswegen tussen de dorpen (met daaraan niet of nauwelijks huizen) oververtegenwoordigd zouden zijn in de steekproef, wat zou kunnen leiden tot onvoldoende respons uit het gebied.



2.4.2 Inhoud van de vragenlijst⁷

De inhoud: associaties als identiteit van de regio

In een gestandaardiseerde enquête is aan alle respondenten zowel binnen als buiten de Veenkoloniën naar de eerste drie associaties gevraagd die de respondent heeft met de Veenkoloniën. Voordeel van dit vrije associëren is dat de respondent de vrijheid heeft het eigen beeld voor het voetlicht te brengen. Het grote nadeel van deze vrijheid is dat alle verschillende personen samen een veelvoud aan verschillende associaties naar voren kunnen brengen waardoor generaliseerbare uitspraken niet mogelijk zijn. Een oplossing hiervoor is het combineren van grotendeels overeenkomstige associaties. Hierbij moet wel in het achterhoofd gehouden worden dat alleen duidelijk overeenkomstige associaties worden samengevoegd, om zo min mogelijk detail te verliezen (bij het samenvoegen van natuur en groen gaat informatie verloren) of verkeerde uitkomsten te voorkomen (boers en boeren is niet hetzelfde).

Samenstelling van associaties: de methode van Haartsen

Na bovenstaande samenvoeging is de diversiteit aan verzamelde associaties echter nog steeds zo groot dat het niet mogelijk is om op basis van deze associaties generaliseerbare uitspraken te doen. Het beeld van een regio kan bestaan uit een bijna eindeloze verzameling van verschillende elementen. Daarnaast zijn deze elementen alleen volledig te begrijpen in hun eigen sociale

⁷ Zie voor de volledige vragenlijst bijlage 2

context (zie bijvoorbeeld Halfacree, 1993). De complexiteit van de data zal daarom gereduceerd moeten worden (Halfacree, 1995). Dat gebeurt in ons onderzoek volgens de methode van Haartsen (2002). In deze methode worden de vrije associaties geassocieerd over drie afzonderlijke dimensies, namelijk de dimensie Beelddrager, de Functionele dimensie en de Waardering. De dimensie 'Waardering' is in deze studie anders opgebouwd dan in de studie van Haartsen (2002) en daardoor makkelijker te analyseren. In de studie van Haartsen worden ex-post positieve, neutrale of negatieve waarderingen toegevoegd aan de associaties. In onderhavig onderzoek is aan respondenten gevraagd zelf een waardering aan de associatie te koppelen.

Dimensie 1 van associaties: de Beelddrager

De eerste dimensie waarin de associaties geassocieerd worden is de dimensie Beelddrager. Het doel van deze dimensie is het uit elkaar halen van de associaties van respondenten op basis van de manier waarop de respondent de regio bekijkt: Heeft de respondent bijvoorbeeld een associatie gebaseerd op een visueel beeld van de regio (bijvoorbeeld: Veenkoloniën is 'Groen'), of is er sprake van een rationele analyse van het gebied (bijvoorbeeld: Veenkoloniën is 'Werkeloosheid'). In de methode van Haartsen worden binnen de eerste dimensie drie verschillende classificaties onderscheiden, namelijk de:

- visuele associaties: alle associaties die verband houden met hoe het gebied er uit ziet. Voorbeelden zijn hier: groen, leeg, vlak
- functioneel-economische associaties: alle associaties die verband houden met de economische functie van het gebied. Voorbeelden zijn: akkerbouw, industrie, werkloosheid
- sociaal-culturele associaties: alle associaties die verband houden met de samenleving in het gebied. Voorbeeld zijn: gezellig, dorps, armoedig

Het in kaart brengen van deze componenten van de beelden van de Veenkoloniën maakt het mogelijk inzicht te krijgen in de wijze waarop het beeld van de Veenkoloniën buiten het gebied tot stand komt. Hierdoor wordt het later mogelijk om, indien nodig en gewenst, het beeld van de Veenkoloniën gericht aan te passen.

Dimensie 2 van de associaties: het Ruimtegebruik

De tweede dimensie die in de methode van Haartsen onderscheiden wordt is de dimensie Ruimtegebruik. Binnen deze dimensie worden associaties geassocieerd aan de hand van verschillende ruimtelijke functies in het gebied. De classificaties zijn:

- landbouw: alle associaties die verband houden met de functie landbouw in het gebied. Voorbeelden zijn: aardappelen, akkers, mest, weiland
- natuur: alle associaties gerelateerd aan de natuur in het gebied. Voorbeelden zijn: groen, (veel) water, bos

- bebouwd: alles associaties die verwijzen naar bebouwing in het gebied. Voorbeelden zijn: dorpen, goed wonen, nieuwbouwwijken
- recreatie: associaties gerelateerd aan recreatie. Voorbeelden zijn: mooie fietspaden, wandelen, kampeerboerderijen
- infrastructuur: associaties die verwijzen naar infrastructuur in het gebied. Voorbeelden zijn: geen verkeer, beperkte OV, kanalen

Met deze indeling is het mogelijk te kijken welke functies een positieve dan wel negatieve bijdrage leveren aan het beeld in de Veenkoloniën. Deze verdere uitsplitsing zorgt voor een beter inzicht in de toonaangevende elementen uit de beelden van respondenten van de Veenkoloniën.

Dimensie 3 van de associaties: de Waardering

In de methode van Haartsen wordt de waardering van de associaties samengesteld uit drie vragen, namelijk welke associaties respondenten met het gebied hebben, welke positieve associaties respondenten met het gebied hebben en welke negatieve associaties respondenten met het gebied hebben. Associaties die zowel bij de eerstgenoemde associaties als bij de positieve / negatieve associaties genoemd werden, kregen op de dimensie Waardering een score. Voordeel van deze methode is dat respondenten expliciet gevraagd wordt een positief en een negatief beeld van de regio te schetsen. De methode heeft echter twee nadelen:

- het is onduidelijk hoe belangrijk deze positieve dan wel negatieve associaties zijn in het algemene beeld wat de respondent van de regio heeft. Moest de respondent bijvoorbeeld heel 'diep graven' om tot een positieve associatie te komen, of behoort deze associatie tot een van de belangrijkste elementen van het beeld dat de respondent van het gebied heeft
- aangezien de beelden van het gebied uit een breed scala van elementen kan zijn opgebouwd zijn slechts weinig van de eerstgenoemde associaties te classificeren als positief dan wel negatief, waardoor deze informatie voor een groot deel van de associaties niet te achterhalen is

In ons onderzoek is ervoor gekozen respondenten per associatie een waardering te laten geven. Op die manier wordt van het dominante beeld van de Veenkoloniën in een directe meting bepaald hoe positief dan wel negatief dit is. Hierdoor wordt inzicht verkregen in de bijdrage van afzonderlijke beeldelementen aan een positief dan wel negatief beeld van het gebied.

Identiteit van de regio in identity-markers

De respondenten is daarnaast gevraagd aan te geven in hoeverre voor hen 26 mogelijke identity-markers onderdeel zijn van de identiteit van het gebied. Deze identity-markers maken het mogelijk om de aanwezigheid van bepaalde aspecten in de identiteit van een regio tussen grote groepen respondenten te vergelijken. Respondenten geven in scores aan in hoeverre kenmerken, uit een vooraf opgestelde lijst, die al dan niet in de regio aanwezig zijn, volgens hen onderdeel

zijn van de identiteit van de regio. Een groot voordeel van dit meetinstrument is dat het hierdoor mogelijk is een patroon van kenmerken die onderdeel zijn van de identiteit van de regio, vast te stellen voor verschillende groepen respondenten en hieruit te generaliseren. Een nadeel van dit instrument is het voorgedefinieerde karakter van de lijst met aspecten. Hierdoor wordt de vrijheid van de respondenten om afwijkende beelden naar voren te brengen ingeperkt en bestaat de kans dat het beeld dat geschetst wordt een reflectie is van (de selectie aan) beelden die de onderzoeker van het gebied kent. Bij de vrije associatie bestaat dat gevaar niet, maar daaraan kleven, zoals opgemerkt, weer andere bezwaren.

Waardering van het gebied

Bij de vrije associaties is respondenten gevraagd voor elke specifieke associatie een waardering te geven, positief dan wel negatief. Om een overkoepelend beeld te krijgen van de waardering van de regio is gevraagd naar een beoordeling met een rapportcijfer van het gebied in drie verschillende opzichten, namelijk als *woongebied*, als *werkgebied* en als *recreatiegebied*.

Regionale identiteit

Door een gestandaardiseerde combinatie van vragen (Jorgensen & Stedman, 2001) is de sense-of-place gemeten. De negen vragen over de sense of place zijn opgebouwd uit drie groepen van elk drie vragen. De drie groepen vormen een maat voor respectievelijk de place-identity, place-attachment en place-dependence, de drie bouwstenen van sense of place.

Bekendheid met het gebied

Naast de gestandaardiseerde vragen over sense of place is aan mensen *buiten* het gebied gevraagd of en hoe ze het gebied kennen. De manieren waarop respondenten het gebied kunnen kennen variëren van direct contact (er zelf gewoond hebben, mensen in het gebied of mensen die uit het gebied komen kennen, massamedia of bezoek voor recreatie). Met deze data kan een uitsplitsing gemaakt worden naar de herkomst van een bepaald beeld van de regio, bijvoorbeeld een onderscheid naar beelden gevormd door berichtgeving over het gebied of respondenten die het gebied door eigen ervaring kennen.

Binnen het gebied is nagegaan hoe groot de sociale participatie (deelname aan verenigingsleven, oriëntatie op lokale voorzieningen als winkels en betrokkenheid bij lokale evenementen) van de respondenten is. Een hogere mate van sociale participatie leidt volgens de literatuur tot een hogere 'happiness' (Guillen *et al.*, 2011). Door de sociale participatie binnen het gebied in kaart te brengen kan gekeken worden of een hogere sociale participatie ook leidt tot een positiever beeld van het gebied.

Achtergrondgegevens

De achtergrondgegevens die verzameld worden hebben betrekking op bekendheid met het gebied door woongeschiedenis, onderscheiden naar of mensen in de Veenkoloniën geboren zijn of er gewoond hebben, waarbij specifiek ook gevraagd is of respondenten er in hun formatieve periode hebben gewoond. Vervolgens is respondenten gevraagd naar hun leeftijd,

opleidingsniveau en arbeidssector waarin zij werkzaam zijn. Deze gegevens maken het mogelijk de antwoorden over identiteit en sense of place te onderscheiden naar persoonlijke karakteristieken.

2.4.3 Uitvoering van de steekproef

In samenwerking met de Hanzehogeschool zijn in twee rondes de enquêtes in de Veenkoloniën en de rest van Nederland uitgevoerd. De studenten van de Hanzehogeschool voerden het veldwerk uit in het kader van het onderzoeksblok van hun opleiding.

In de eerste ronde (april-juni 2010) zijn enquêtes afgenomen in de Veenkoloniën en de twee omliggende schillen (Westerwolde-Hondsrug en de provincies Groningen, Fryslân, Drenthe en Overijssel). Wegens tijdgebrek is in de eerste ronde niet geënquêteerd in de Rest van Nederland.

Vanwege tegenvallende responsaantallen is besloten voor de tweede ronde (september-november 2010) het aantal huizen in de steekproef in de schillen Westerwolde-Hondsrug en de vier provincies uit te breiden. In de tweede ronde is ook in de Rest van Nederland geënquêteerd.

2.5 Respons

De steekproef is gehouden onder 3064 huishoudens. In totaal zijn er 922 enquêtes ingevuld, wat leidt tot een responspercentage van 30,1%. Het responspercentage in de schil Rest van Nederland is, niet onverwacht, aanmerkelijk lager dan in de overige drie schillen. De onderzoekers merkten op dat de bereidheid om deel te nemen in de buitenste schil lager was dan in de overige drie schillen, waarbij beoogde respondenten onder andere aangaven het gebied niet te kennen en daarom niet mee te willen werken. Het is daarom aannemelijk dat er een positieve bias in de respons in de buitenste schil is van mensen die het gebied kennen.

Tabel 1: Respons per schil

	Binnen de Veenkoloniën	Westerwolde / Hondsrug	4 omliggende provincies	Rest van Nederland	Totaal ⁸
Aantal huishoudens	489	568	974	1033	3064
Aantal enquêtes afgenomen	119	140	383	130	798
Aantal enquêtes per post	47	5	49	23	124
Totaal enquêtes	166	145	432	153	922
Responspercentage	33,9%	25,5%	44,4%	14,8%	30,1%

De gemiddelde leeftijd van de respondenten in de Veenkoloniën is 49,0 jaar, de verwachte leeftijd is 50,6 jaar⁹(CBS, 2010, eigen bewerking). De gemiddelde leeftijd van respondenten in

⁸ Inclusief 26 enquêtes waarvan de schil onbekend is

de rest van Nederland is 46,0 jaar (gemiddelde van Nederland is 48,1 jaar¹⁰). Er zijn iets meer vrouwelijke respondenten in de Veenkoloniën dan verwacht (56,7%, verwacht is 50,5%)¹¹, in de overige drie schillen zijn het iets meer mannen dan verwacht (50,8%, verwacht is 49,5%). Voor zowel geslacht als leeftijd lijkt de steekproef niet af te wijken van de verwachte waarden. Geconcludeerd kan worden dat de respondenten een redelijk goede afspiegeling vormen van de bevolking in de betreffende gebieden. Qua opleidingsniveau zijn in alle gebieden in de steekproef respondenten met een lagere opleiding ondervertegenwoordigd (zie bijlage 1). Dit is niet bijzonder, over het algemeen zijn lager opgeleiden in dit soort onderzoeken ondervertegenwoordigd.

⁹ Vanwege de administratieve versnippering van het gebied zijn precieze cijfers niet bekend. Voor het genoemde gemiddelde zijn de COROP-gebieden Oost-Groningen, Noord-Drenthe en Zuidoost-Drenthe samengevoegd. De genoemde gemiddelden zijn berekend met als minimumleeftijd 18 jaar.

¹⁰ Ook hier zijn bij het berekenen van de gemiddelde leeftijd respondenten jonger dan 18 jaar niet meegenomen.

¹¹ Ook voor de verdeling naar geslacht zijn de Veenkoloniën opgebouwd uit de drie genoemde COROP-gebieden

3 Resultaten

3.1 Waardering van de Veenkoloniën

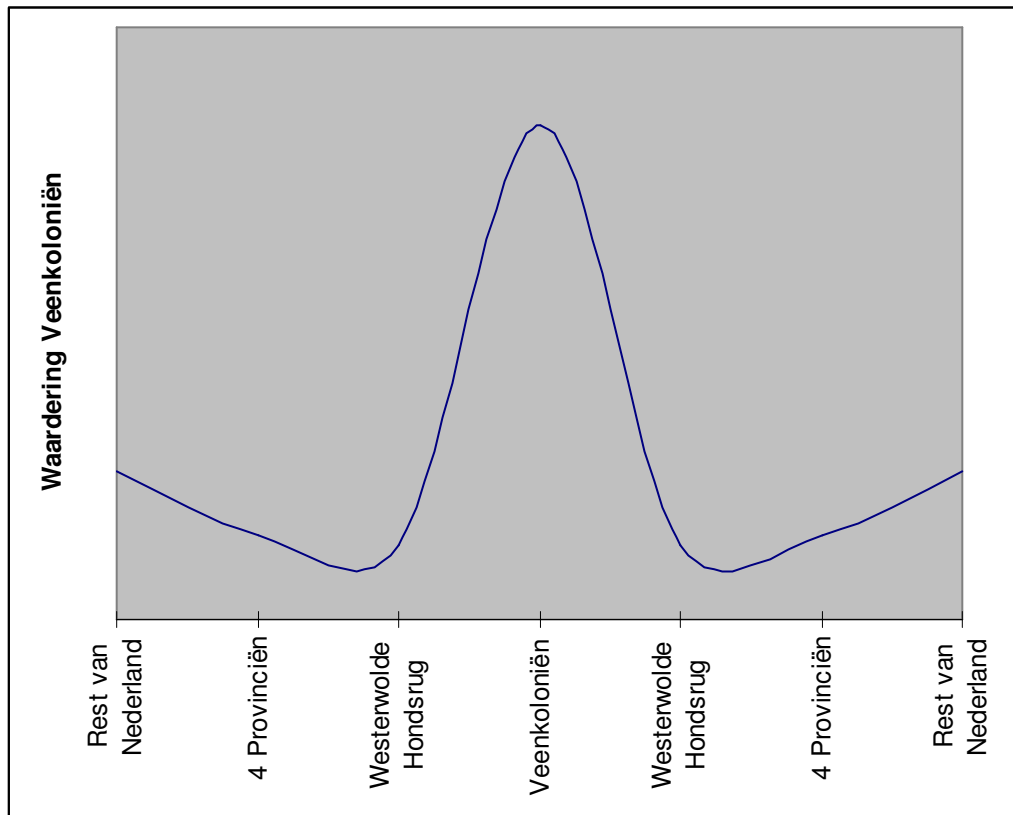
In Tabel 2 zijn de rapportcijfers weergegeven voor de Veenkoloniën voor de aspecten Wonen, Werken en Recreëren. De rapportcijfers zijn gegeven door de respondenten uit de Veenkoloniën, en uit de verschillende geografische schillen. De 6,35 van Westerwolde/Hondsrug geeft dus aan welk rapportcijfer bewoners van Westerwolde/Hondsrug aan de Veenkoloniën toekennen op het aspect Recreëren. Conform de resultaten van Reiling (2008) en van Smid (2009) blijkt ook uit ons onderzoek dat niet-bewoners van de Veenkoloniën de Veenkoloniën lager waarderen dan inwoners uit de Veenkoloniën. De Veenkoloniën worden door de eigen bewoners significant hoger gewaardeerd dan door respondenten van buiten de Veenkoloniën.

Tabel 2: Waardering voor de Veenkoloniën

	Rapportcijfer Wonen	Rapportcijfer Werken	Rapportcijfer Recreëren
De Veenkoloniën	7,64***	6,38***	7,03***
Nederland	6,10***	5,36***	6,64***
Westerwolde / Hondsrug	5,91	5,31	6,35
4 provinciën	6,13	5,47	6,63
Rest van Nederland	6,38	4,89	7,26
*: p < 0,10, **:p < 0,05, ***:p < 0,01			

Bij een uitsplitsing van het totaalcijfer voor Nederland, exclusief de Veenkoloniën, naar de drie afzonderlijke regio's komen verschillen aan het licht. Respondenten uit Westerwolde / Hondsrug geven de laagste waarderingen voor het gebied (met uitzondering van de Veenkoloniën als Werkgebied). Voor zowel Wonen als Recreëren geven respondenten die buiten het gebied wonen een hoger cijfer naarmate zij verder van het gebied afwonen. Mensen uit de schil die het verst van het gebied vandaan ligt, de Rest van Nederland, geven gemiddeld zelfs een hogere waardering voor de Veenkoloniën als recreatiegebied en als woongebied dan bewoners van de Veenkoloniën zelf. Het lijkt er op dat het negatieve beeld van de Veenkoloniën voor die aspecten buiten het gebied met afstand afzwakt. We zouden dit het sombrero-model kunnen noemen, figuur 4).

Figuur 4: Sombrero model



In de volgende paragraaf worden de mogelijke verklaringen voor dit effect nader uitgewerkt. Ook is duidelijk te zien dat dit model niet op gaat voor de Veenkoloniën als Werkgebied. Daarnaast worden de Veenkoloniën lager gewaardeerd voor Werken dan voor Wonen of voor Recreëren. Dat is dus in het bijzonder ook het geval voor respondenten uit Rest van Nederland. Dat duidt er op dat in alle schillen buiten de Veenkoloniën, maar in het bijzonder de Rest van Nederland, het beeld bestaat dat er met de werkgelegenheid in de Veenkoloniën iets niet in de haak is, terwijl het er met het wonen en het recreëren beter gesteld is.

3.2 Beeldvorming van de Veenkoloniën

3.2.1 Overzicht van het beeld

In paragraaf 3.1 kwam naar voren dat respondenten van ver buiten de Veenkoloniën voor Wonen en voor Recreëren een meer positieve waardering geven aan het gebied dan respondenten die er direct omheen wonen. Een waarschijnlijke verklaring hiervoor is dat respondenten in de verschillende gebieden er andere beelden van de Veenkoloniën op nahouden. Om een overzicht te krijgen van de beelden die respondenten van de Veenkoloniën hebben wordt in deze paragraaf allereerst het geaggregeerde beeld van de Veenkoloniën uit de

steekproef bekeken. Vervolgens wordt dit beeld uitgesplitst naar de onderscheiden regio's om tot mogelijke verklaringen voor de verschillen in waardering van het gebied te komen.

De Veenkoloniën: Turf en armoede

Om inzicht te krijgen in de aspecten waaruit het beeld van de Veenkoloniën voor de verschillende respondenten is opgebouwd is in de enquête gevraagd naar de eerste drie woorden waar de respondent aan denkt bij de Veenkoloniën en of deze associatie voor hen positief dan wel negatief is (schaal van 1: zeer negatief tot 5: zeer positief). Over het geheel genomen zijn “Turf”, “veen” en “armoede” hier de meestgenoemde antwoorden, op korte afstand gevolgd door “rustige omgeving” en “natuur”.

Het mooie landschap...

Om inzicht te krijgen in welke elementen een positieve bijdrage leveren aan het beeld van de Veenkoloniën is in tabel 3 een overzicht weergegeven van de top 10 meestgenoemde positieve associaties.

Tabel 3: Top 10 meestgenoemde positieve associaties

Positief	Aantal keer genoemd
turf	60
rustige omgeving	53
natuur	52
veen	43
Groningen / Drenthe	26
ruimte	19
ruimtelijk	18
groen	17
veenmuseum	15
kanalen	14
Totaal: 769 positieve associaties	

Als positieve associaties worden vooral landschappelijke associaties (natuur, ruimte, groen) genoemd, met daarnaast ook een nadruk op de ontstaansgeschiedenis van het gebied (turf, veen). Ook het waterrijke karakter van de regio is een positief onderdeel van de identiteit van de regio. Associaties met Groningen / Drenthe (en plaatsen daarin) worden vaak als positief gewaardeerd. Daarnaast wordt het veenmuseum, waarschijnlijk wordt bedoeld het museum in Bargercompascuum, ook vaak positief gewaardeerd.

... maar het negatieve sociale klimaat

In tabel 4 staat een overzicht van de meestgenoemde negatieve associaties. Uitschieter hierbij is de associatie “armoede”. In hetzelfde rijtje passen associaties als saai, leeg, werkloosheid en achtergebleven. De negatieve kant van de identiteit van de Veenkoloniën wordt vooral gevonden in het sociale klimaat. Een kanttekening hierbij is dat ook het landschap voorkomt in de

negatieve associaties. Dit is in lijn met de verwachting dat niet iedereen een landschap op dezelfde manier waardeert.

Tabel 4: Top 10 meestgenoemde negatieve associaties

Negatief	Aantal keer genoemd
armoede	63
saai	21
turf	16
kaal	10
leeg	10
achtergebleven	7
industrie	7
vlak	7
werkloosheid	7
Zes associaties: afgelegen, ouderwets, veen, boeren, plat, veenarbeiders	6
Totaal: 381 negatieve associaties	

De Veenkoloniën op hoofdlijnen

Het beeld dat uit bovenstaande associaties naar voren komt is dat er met het landschap in de Veenkoloniën als onderdeel van de identiteit van de Veenkoloniën geen groot probleem bestaat. Dat is verrassend, omdat in het verleden dat verband soms wel gelegd werd. Associaties met betrekking tot het landschap komen weliswaar voor in de lijst met negatieve associaties, maar zijn ook nadrukkelijk aanwezig in de lijst met positieve associaties.

Uit de negatieve associaties komt naar voren dat er vooral op sociaal-cultureel gebied iets mis is met het imago van de Veenkoloniën. Associaties met armoede en werkloosheid gekoppeld aan een saai, achtergebleven en leeg gebied vormen een beeld van de Veenkoloniën die niet mee zouden kunnen komen in een moderne samenleving.

3.2.2 Samenstelling van het beeld: De identity markers

Uit de identity-markers komt naar voren dat gebiedsspecifieke kenmerken van de Veenkoloniën, bijvoorbeeld AVEBE en trekkerboeren, minder vaak voorkomen naarmate de respondent verder van het gebied woont. Precies het omgekeerde geldt voor associaties die te maken hebben met de geschiedenis van het gebied. Met name de turfindustrie speelt buiten het gebied een duidelijk meer belangrijke rol in het beeld van de Veenkoloniën dan daarbinnen.

Identity-markers als saai, ouderwets en ver weg van voorzieningen worden, in lijn met de rapportcijfers voor het gebied, binnen het gebied minder geassocieerd met de Veenkoloniën dan daarbuiten. De vijf hoogst scorende identity-markers van binnen en buiten de Veenkoloniën vertonen veel overeenkomsten, wat tot de conclusie leidt dat respondenten het zowel binnen als buiten het gebied eens zijn over de hoofdcomponenten van het gebied. De associaties die de

laagste scores krijgen verschillen echter nogal. Het beeld wat hieruit voortkomt is dat buiten de Veenkoloniën het gebied als statisch en eenzijdig wordt ervaren (voortuitstrevend en afwisselend gebied scoren allebei laag), terwijl binnen de Veenkoloniën juist ouderwets en saai niet met het gebied worden geassocieerd.

Tabel 5: Identity-markers (schaal van 1=zwakke, tot 5=sterke associatie met de Veenkoloniën)

	Binnen de Veenkoloniën	Score	Buiten de Veenkoloniën	Score
Sterke associatie	Rustig wonen	4,08	Open landschap	3,92
	Open landschap	3,99	Vlak	3,87
	Mooie natuur	3,98	Grootschalige akkerbouw	3,82
	Vlak	3,83	Rustig wonen	3,79
	Wandelrecreatie	3,76	Mooie natuur	3,67
Zwakke associatie	Scheepswerven	2,71	Afwisselend gebied	3,02
	Ouderwets	2,53	AVEBE	2,98
	Veenbrand	2,45	Scheepswerven	2,89
	Saai	2,35	Vooruitstrevend	2,73
	Eenzaamheid	2,25	Veenbrand	2,53

Concluderend lijkt de (historische) naamgeving van de Veenkoloniën een belangrijke beeldbepaler van het gebied. Veel associaties hebben te maken met “veen” of “turf”, hoewel er nauwelijks nog sprake is van veen in de Veenkoloniën en turfindustrie binnen het gebied geen helemaal niet meer voor komt. Respondenten die het gebied kennen hebben meer associaties met fysieke gebiedsspecifieke kenmerken zoals kanalen, lintdorpen en vlakte dan respondenten die het gebied minder goed kennen.

Het beeld van respondenten die het gebied minder goed kennen neigt daarnaast opnieuw meer naar een algemeen ruraal beeld, waarbij met name de component “armoede” nadrukkelijker aanwezig is dan verwacht (zie bijvoorbeeld Haartsen, 2002; Van Dam *et al.*, 2002). Bij respondenten die eerder in het gebied woonden komt dit beeld niet naar voren. Mensen die eerder in de Veenkoloniën hebben gewoond identificeren zich meer met het gebied en voelen zich duidelijk meer betrokken met het gebied dan mensen die niet eerder in de Veenkoloniën hebben gewoond.

3.2.3 Het beeld van de Veenkoloniën: verschillen naar regio's

Landschap dominant onderdeel van het imago, in en rond het gebied

Zoals we gezien hebben verschilt de waardering die respondenten geven voor de Veenkoloniën per gebied van herkomst van de respondent. Aannemelijk is dat met de waardering ook het beeld van de Veenkoloniën dat men heeft, verschilt naar regio van herkomst. Om inzicht te krijgen in de samenstelling van het beeld naar regio van herkomst zijn de associaties uitgesplitst (zie tabel 6).

Tabel 6: Top 5 meestgenoemde associaties per regio en de gemiddelde waardering op schaal van 1 (zeer negatief) tot 5 (zeer positief)

Binnen de Veenkoloniën	Westerwolde / Hondsrug	Groningen, Fryslân, Drenthe, Overijssel	Rest van Nederland
Rustige omgeving (4,45)	Veen (3,43)	Turf (3,66)	Turf (3,53)
Turf (3,58)	Turf (2,92)	Veen (3,49)	Armoede (1,60)
Veen (3,56)	Natuur (4,56)	Armoede (1,70)	Groningen / Drenthe (3,73)
Ruimtelijk (4,59)	Rustige omgeving (3,91)	Groningen / Drenthe (3,32)	Veen (3,75)
Natuur (4,42)	Groningen / Drenthe (3,75)	Natuur (4,43)	Rustige omgeving (4,33)

Binnen de Veenkoloniën denken de respondenten voornamelijk aan een rustige omgeving gevolgd door turf en veen. In Westerwolde en de Hondsrug komen turf en veen het meeste voor. De 5 meestgenoemde associaties in de Veenkoloniën en de direct aangrenzende regio's komen grotendeels overeen. Dit is opvallend, aangezien de waardering voor het gebied met name in de direct aangrenzende regio lager uitvalt (zie paragraaf 4.1). Deze uitkomsten geven aan dat het beeld van de Veenkoloniën direct buiten het gebied niet veel verschilt van het beeld dat men binnen het gebied heeft, maar dat de waardering ervan wel verschilt. De waardering ervoor is binnen de Veenkoloniën aanzienlijk gunstiger dan in de gebieden er direct buiten

Dit wordt bevestigd in de waardering van de elementen. "Turf" wordt in Westerwolde en de Hondsrug significant lager gewaardeerd dan binnen de Veenkoloniën. Dit geldt ook voor de associatie "Rustige omgeving". Opvallend is dat in de regio zelf en de direct aangrenzende regio de associaties zich voornamelijk toespitsen op het landschap en dat sociaal-culturele associaties hier in de top 5 meestgenoemde associaties ontbreken.

Armoede grote component in het imago in overig Nederland

In de 4 omringende provincies en de Rest van Nederland komt de associatie met armoede vaker voor, terwijl deze in de schillen direct om de Veenkoloniën heen niet in de top 5 associaties staat. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat respondenten in de direct aangrenzende regio's meer gebiedsspecifieke kenmerken van de Veenkoloniën kennen en de Veenkoloniën op basis van deze kenmerken van het eigen gebied onderscheiden. Respondenten die verder van het gebied vandaan wonen associëren het gebied wellicht meer met armoede, wellicht uit het

verleden, en onderscheiden de eigen woonregio van de Veenkoloniën op basis van deze associatie.

Turf en veen: het verschil

Zoals hierboven beschreven zijn “Turf”, “Veen” en “Armoede” de meestgenoemde associaties over het geheel genomen. “Turf” en “Veen” zijn de enige twee associaties die in alle schillen bij de 5 meestgenoemde associaties genoemd zijn.

Maar zoals al opgemerkt, de waarderingen van turf en veen verschillen per regio. “Veen” wordt met uitzondering van een iets hogere waardering in de Rest van Nederland (3,75 op een schaal van 1 - zeer negatief tot 5 - zeer positief) redelijk constant beoordeeld (tussen een 3,43 en een 3,56). Buiten de Veenkoloniën loopt de waardering voor deze associatie op naarmate de afstand tot het gebied toeneemt. “Turf” daarentegen krijgt in de regio Westerwolde / Hondsrug als waardering een 2,92, aan de negatieve kant van de schaal. In de overige regio’s varieert de gemiddelde waardering voor de associatie turf tussen een 3,53 en een 3,66.

Beelddrager

Om zicht te krijgen op de oorzaken worden de uitkomsten op basis van de gevraagde associaties nader geanalyseerd. De associaties worden binnen de dimensie Beelddrager (Haartsen, 2002) geclassificeerd naar Functionele associatie (werkgelegenheid / wonen / recreëren etc.), Visueel-landschappelijke associatie (akkers, trekkers, veen etc.) en Sociaal-culturele associatie (gezelligheid, dorps, etc.). In tabel 7 staat een overzicht van de associaties in de dimensie Beelddrager.

Tabel 7: Associaties naar de dimensie ‘beelddrager’

	Functioneel	Visueel	Sociaal-cultureel	Totaal
De Veenkoloniën	30,7%	40,2%	29,1%	100%
Nederland	35,9%	36,5%	27,7%	100%
Westerwolde / Hondsrug	32,5%	39,7%	27,8%	100%
4 provinciën	36,9%	37,0%	26,1%	100%
Rest van Nederland	38,5%	26,6%	34,9%	100%

Meest opvallende resultaat is het lage percentage visuele associaties en het hoge percentage sociaal-culturele associaties in Rest van Nederland in vergelijking met het onderzoek van Haartsen (2002) waarin respondenten gevraagd werd naar het platteland in het algemeen. Uit dat onderzoek kwam naar voren dat hoe minder contact een persoon met het platteland heeft, hoe meer visuele en functionele associaties deze persoon met het platteland heeft. Mensen met meer contact met het platteland geven juist vaker een sociaal-culturele associatie (Haartsen, 2002). Respondenten uit de schil “rest van Nederland” hebben waarschijnlijk het minste contact met de Veenkoloniën, wat zou moeten leiden tot een visueel-functioneler beeld. De reden zou kunnen zijn dat de associaties gegeven in het onderzoek van Haartsen zich richten op het

platteland in het algemeen en ons onderzoek op een gebied in het bijzonder. Respondenten die de Veenkoloniën met platteland associëren zullen eerder associaties geven waarmee zij de Veenkoloniën onderscheiden van het overige platteland

Een verklaring voor het afnemende percentage visuele associaties naarmate de afstand tot het gebied toeneemt is dat de visuele associaties die genoemd worden voornamelijk gebiedsspecifieke elementen zijn, zoals kanalen, vlak en ruimte. Dit zijn associaties die iemand die minder bekend is met het gebied wellicht niet direct heeft. Ook opvallend is het grote percentage respondenten in de “rest van Nederland” met een sociaal-culturele associatie. Deze score komt vooral voort uit de associatie “armoede”, deze associatie komt relatief veel voor in deze buitenste schil.

Vormen van ruimtegebruik

Naast de indeling in de dimensie Beeldrager biedt de benadering van Haartsen (2002) ook de mogelijkheid te kijken naar de verschillende typen ruimtegebruik waar respondenten bij de Veenkoloniën aan moeten denken.

Tabel 8: Verdeling associaties naar ruimtegebruik

	Landbouw	Natuur	Bebouwing	Recreatie	Infrastructuur
De Veenkoloniën	24,3%	40,7%	16,9%	5,8%	12,2%
Nederland	24,7%	45,2%	10,0%	11,7%	8,3%
Westerwolde / Hondsrug	16,7%	48,1%	14,8%	8,3%	12,0%
4 provinciën	27,5%	45,7%	7,8%	12,0%	7,0%
Rest van Nederland	27,9%	34,9%	11,6%	18,6%	7,0%

De meeste associaties vallen in de categorieën “natuur”, “landbouw” en “bebouwing” (tabel 8). Binnen de Veenkoloniën en in Westerwolde / Hondsrug worden in vergelijking meer gebiedsspecifieke elementen genoemd, zoals lintdorpen, kanalen en lange rechte wegen, waardoor het aandeel van de categorieën “bebouwing” en “infrastructuur” binnen deze twee gebieden hoger ligt. Buiten de Veenkoloniën worden meer associaties met “natuur” en “recreatie” genoemd. Opvallend is dat er meer associaties met de categorie “recreatie” zijn naarmate men verder van het gebied vandaan woont. Een verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat respondenten die verder van het gebied vandaan wonen de Veenkoloniën associëren met het Drents / Groningse zandgebied. Respondenten uit de Veenkoloniën zelf associëren het gebied het minst met recreatie, een mogelijke verklaring hiervoor is dat respondenten uit de Veenkoloniën hun gebied contrasteren met het Drents / Groningse zandgebied. Dat gebied associëren ze met recreatie, en daarmee het eigen gebied minder.

Voor associaties met “natuur” werkt dit precies andersom, naarmate men verder van het gebied af woont associeert men de Veenkoloniën minder met natuur. Een mogelijke verklaring hiervoor

zou kunnen zijn dat de Veenkoloniën naarmate de afstand tot het gebied toeneemt met meer gebieden wordt vergeleken. Respondenten denken wellicht eerder bij gebieden als de Biesbosch of de Veluwe aan natuur dan bij de Veenkoloniën. De categorie “landbouw” is opvallend afwezig in Westerwolde / Hondsrug. In plaats daarvan hebben respondenten uit deze regio meer associaties met infrastructuur, bebouwing en de natuur in de Veenkoloniën. Woorden die vaak genoemd worden bij infrastructuur zijn “kanalen” en “rechte wegen”, net als bij bebouwing (lintdorpen, lintbebouwing) voornamelijk gebiedsspecifieke kenmerken. Mensen die relatief in de buurt van de Veenkoloniën wonen hebben die fysieke kenmerken wellicht scherper op hun netvlies. Waarschijnlijk speelt het contrasteren van gebieden hier ook weer een rol.

Samenvattend kan gesteld worden dat het imago van de Veenkoloniën voor respondenten uit de Veenkoloniën en de direct aangrenzende gebieden hun eigen woongebied contrasteren met het aangrenzende gebied. Respondenten uit de Veenkoloniën zijn zich bewust van het beeld van de Hondsrug en Westerwolde als fiets- en wandelrecreatiegebieden en, in contrast, associëren hun eigen woongebied minder met recreatie. Respondenten uit de direct aangrenzende regio's zijn via direct contact bekend met het gebied (zie ook tabel 11) en noemen de landschappelijke elementen die de Veenkoloniën onderscheiden van het eigen woongebied.

Naarmate de afstand tot het gebied toeneemt lijkt het beeld dat men van het gebied heeft meer op een algemeen plattelandsbeeld. Het aantal gebiedspecifieke kenmerken dat genoemd wordt neemt af (met name te vinden onder infrastructuur en bebouwing), en associaties met landbouw en recreatie komen vaker voor. In een algemeen plattelandsbeeld komt de associatie met natuur nadrukkelijker naar voren (Van Dam *et al.*, 2002), hierbij geldt echter ook dat in ons onderzoek specifiek naar de Veenkoloniën is gevraagd, waardoor “natuur” als onderscheidend kenmerk ten opzichte van andere regio's wellicht minder vaak genoemd wordt.

3.3 Waardering van de Veenkoloniën naar woongeschiedenis

De lagere waarderingen buiten het gebied (zie paragraaf 3.1) kan te maken hebben met het proces van negatieve uitsortering. Dit is een afgeleide van het migratieproces, waarbij mensen verhuizen omdat het gebied niet aan hun wensen voldoet, met als gevolg dat er (meer) mensen achterblijven voor wie dit wel het geval is. De gemiddelde waardering van het gebied door bewoners wordt hierdoor hoger en de gemiddelde waardering van het gebied van buitenaf wordt hierdoor lager (omdat het gebied buiten de Veenkoloniën nogal groot is, zal dit laatste effect klein zijn). Een tweede effect dat op kan treden als resultante van het migratieproces is post-hoc rationalisatie (zie Walmsley *et al.*, 1998 en Stockdale, 2006). Dit houdt in dat mensen die naar de Veenkoloniën toe zijn verhuisd deze keuze na de verhuizing verantwoorden door in hun beeldvorming het positieve van het nieuwe woongebied te benadrukken.

Een tweede proces dat door selectieve perceptie zorgt voor een hogere waardering van het woongebied is cognitieve dissonantie (Harmon-Jones & Mills, 1999). Bij dit proces worden verschillen tussen actie (wonen in de Veenkoloniën) en cognitie (negatieve waardering van het

gebied), die volgens Harmon-Jones en Mills “psychisch ongemakkelijk” zijn, zoveel mogelijk beperkt. Informatie die de tegenstrijd tussen de cognitie en de actie vergroten wordt hierbij zoveel mogelijk uit de weg gegaan.

De verwachting is dat bovenstaande drie processen zich als volgt in de data manifesteren:

- Mensen die in het gebied wonen (en dus niet verhuisd zijn) geven gemiddeld een hogere waardering voor het gebied, aangezien mensen die het gebied negatief waarderen vertrokken zijn.
- Mensen die uit het gebied vertrokken zijn geven lagere waarderingen voor het gebied (zij zijn immers vertrokken omdat zij ontevreden waren over het gebied). De verwachting is dat deze waarderingen ook lager liggen dan mensen die nooit in het gebied gewoond hebben (door post-hoc rationalisatie van het vertrekken uit het gebied).
- Mensen die naar het gebied verhuisd zijn geven een hogere waardering voor het gebied dan mensen die niet in het gebied wonen. Onduidelijk is of deze waardering ook hoger zal zijn dan de waardering van mensen die in het gebied wonen, aangezien zowel mensen die er wonen (cognitieve dissonantie) en mensen die er naar toe getrokken zijn (post-hoc rationalisatie) een hogere waardering hebben door selectieve cognitie.

Tabel 9: Waardering Veenkoloniën naar woongeschiedenis

	Wonen	Werken	Recreëren
Opgegroeid en woonachtig in de Veenkoloniën ¹²	7,68	6,38	6,80
Verhuisd naar de Veenkoloniën ¹³	7,75	6,35	7,26
Opgegroeid in de Veenkoloniën maar vertrokken uit de Veenkoloniën	7,42	6,43	7,19
Niet opgegroeid en niet woonachtig in de Veenkoloniën	5,89	5,12	6,57

Voor de Veenkoloniën als woongebied en als werkgebied laten in tabel 9 hetzelfde patroon zien. Respondenten die in de Veenkoloniën opgegroeid zijn of daarheen verhuisd zijn geven hogere waarderingen voor de Veenkoloniën als woongebied en als werkgebied dan respondenten die niet in de Veenkoloniën opgegroeid zijn en daar nu ook niet wonen. Voor recreatie geven respondenten die naar de Veenkoloniën verhuisd of uit de Veenkoloniën vertrokken zijn hogere waarderingen. De hoge waardering van de respondenten die naar het gebied verhuisd zijn kan mogelijk verklaard worden uit een “positieve uitsortering”. Zij hebben bewust voor het gebied

¹² In deze categorie vallen alle respondenten die nu in de Veenkoloniën wonen, met uitzondering van respondenten die niet in de Veenkoloniën geboren zijn en/of er tussen hun 12^e en 18^e levensjaar gewoond hebben

¹³ In deze categorie vallen respondenten die niet geboren zijn in de Veenkoloniën en/of daar tussen de leeftijden 12 en 18 jaar niet gewoond hebben, maar ten tijde van de steekproef wel in de Veenkoloniën woonden

gekozen omdat het hen aansprak (zie ook de hoge waardering die zij geven voor het rapportcijfer Wonen).

Het is mogelijk dat respondenten die uit de Veenkoloniën vertrokken zijn het gebied hoger waarderen wat betreft Recreatie omdat zij nog banden met het gebied hebben. Bezoeken aan vrienden of familie zouden een positieve uitwerking kunnen hebben op deze waardering.

Opvallend uit tabel 9 is dat er geen sprake lijkt te zijn van effecten van negatieve uitsortering. Respondenten die opgegroeid zijn in de Veenkoloniën en daarna verhuisd, geven relatief hoge waarderingen voor het gebied als woon-, werk- en recreatiegebied. Een tweede belangrijke uitkomst uit bovenstaande tabel is dat respondenten die niet in de Veenkoloniën opgegroeid zijn en daar nu ook niet wonen voor alle rapportcijfers de laagste waarderingen geven. Er is sprake van een negatief imago bij respondenten die nooit in de Veenkoloniën gewoond hebben. Het lijkt er op dat bekendheid met het gebied (er wonen of gewoond hebben) een doorslaggevende factor is in de waardering van de Veenkoloniën. Respondenten die meer kennis hebben van de Veenkoloniën waarderen het gebied ook positiever. In een onderzoek naar het imago van de Veenkoloniën bij melkveehouders die naar het gebied verhuisd zijn komt Anne Clasquin tot vergelijkbare conclusies (Box 3)

Sense of place

De mate waarin mensen verbonden zijn met een regio geldt als belangrijke voorspeller voor onder andere migratiegedrag (Thissen *et al.*, 2010). Jongeren die zich minder identificeren met het gebied zijn eerder geneigd om weg te trekken en mensen met een lagere binding met het gebied zijn minder geneigd zich daar (weer) te vestigen. Een sterkere sense of place geeft een grotere kans op retournigratie, wat een positief effect kan hebben op de aanwezigheid van social en human capital in de regio (Stockdale, 2006). Respondenten die opgegroeid en woonachtig zijn in de Veenkoloniën hebben over het geheel een sterkere sense of place dan de respondenten daarbuiten. Zowel voor de place-identity, place-attachment en place-dependence scores deze respondenten hoger. Voor de place-attachment scores respondenten die geboren zijn in de Veenkoloniën net zo hoog als respondenten die daar opgegroeid zijn en ook nog wonen. In het geval van negatieve uitsortering is theoretisch de verwachting dat mensen die voorheen in de Veenkoloniën woonden een lagere place-identity en place-attachment met de Veenkoloniën hebben. Ook is de verwachting dat de place-identity en place-attachment voor deze groep respondenten minder zal zijn dan voor respondenten die nooit in de Veenkoloniën hebben gewoond (identifying against). Uit onderstaande resultaten blijkt echter dat dit effect niet optreedt. Respondenten die opgegroeid zijn in de Veenkoloniën maar daar niet meer wonen voelen zich meer verbonden met het gebied dan respondenten die naar de Veenkoloniën verhuisd zijn en respondenten die er nooit gewoond hebben. Daarnaast identificeren respondenten die opgegroeid zijn in de Veenkoloniën maar daar niet meer wonen zich net zoveel met het gebied als respondenten die er naar toe verhuisd zijn. De score voor place-dependence

is lager dan voor respondenten die verhuisd zijn naar de Veenkoloniën, wat gezien de definitie van place-dependence ('ik ben afhankelijk van het gebied') te verwachten is.

Respondenten die niet opgegroeid zijn in de Veenkoloniën en daar ook niet wonen scoren voor alle aspecten van de sense of place het laagst, en dat is conform onze verwachting.

Tabel 10: Sense of place naar woonverleden (schaal van 1=lage, tot 5=hoge place-identity, -attachment, -dependence)

	Place-identity	Place-attachment	Place-dependence	Sense of Place
Opgegroeid en woonachtig in de Veenkoloniën ¹⁴	3,98	4,00	3,61	3,90
Verhuisd naar de Veenkoloniën ¹⁵	3,55	3,21	3,24	3,33
Opgegroeid in de Veenkoloniën maar vertrokken uit de Veenkoloniën	3,72	4,03	2,98	3,53
Niet opgegroeid en niet woonachtig in de Veenkoloniën	2,45	2,56	2,43	2,48
*De scores voor place-identity, place-attachment, place-dependence en sense of place verschillen significant (ANOVA: $p < 0,01$) tussen alle categorieën van woonverleden.				

3.4 Waar komt het beeld vandaan?

Om te bepalen uit welke bronnen het beeld van de respondenten is opgebouwd, is nagegaan hoe de respondenten informatie over de Veenkoloniën hebben gekregen. Mensen die direct om het gebied heen wonen betrekken volgens verwachting hun informatie meer uit activiteiten waarbij regelmatige directe interactie noodzakelijk is (vrienden die er wonen, werk, bekenden die er wonen), als ze er al niet zelf gewoond hebben. Naarmate de respondent verder van het gebied afwoont worden deze bronnen minder genoemd. Mensen die verder weg wonen krijgen hun beeld van de regio vaker uit nieuws, krant of TV, en mensen die het verst weg wonen van de Veenkoloniën geven aan het gebied ook te kennen door bezoek voor recreatie. Opvallend genoeg kennen relatief veel respondenten uit de regio Westerwolde – Hondsrug de Veenkoloniën door

¹⁴ In deze categorie vallen alle respondenten die nu in de Veenkoloniën wonen en in de Veenkoloniën geboren zijn dan wel er tussen hun 12^e en 18^e jaar gewoond hebben

¹⁵ In deze categorie vallen alle respondenten die nu in de Veenkoloniën wonen maar daar niet geboren zijn en die daar tussen de leeftijden 12 en 18 jaar niet gewoond hebben

recreatie, ondanks de lagere waardering van respondenten uit deze schil voor de Veenkoloniën als recreatiegebied. Voor alle schillen geldt dat de waarderingen voor de Veenkoloniën als recreatiegebied hoger liggen als het gebied bezocht is voor recreatie dan als dat niet het geval is. Hetzelfde patroon is te zien bij mensen die het gebied kennen vanwege werk (zij waarderen de Veenkoloniën als werkgebied hoger dan mensen die het gebied niet kennen vanwege werk) en vooral ook voor mensen die er hebben gewoond (zij geven een hogere waardering voor het gebied als woongebied dan mensen die er niet hebben gewoond).

Tabel 11: Herkomst van het beeld van de Veenkoloniën

	Vrienden	Recreatie	Werk	Massamedia	Ken er mensen	Heb er gewoond
Westerwolde-Hondsrug	30,6%	33,3%	24,1%	25,0%	31,5%	17,6%
Vier provinciën	24,0%	26,9%	15,4%	37,3%	22,2%	13,6%
Rest van Nederland	19,3%	43,9%	10,5%	47,4%	17,5%	5,3%

Naarmate respondenten verder van het gebied af wonen zijn zij meer afhankelijk van de media voor de beeldvorming van de Veenkoloniën. Mensen die het gebied kennen via de massamedia geven significant lagere rapportcijfers voor de Veenkoloniën voor wonen, werken en recreëren. De lagere waarderingen van mensen die het gebied kennen uit de massamedia zijn wellicht te verklaren uit het selectieproces van nieuwsberichten in deze media. Uit een interview met een stakeholder van de nationale media (zie box 4) komt naar voren dat berichtgeving over de Veenkoloniën niet bewust negatief is. Desondanks is er wel sprake van voorselectie in het voordeel van de Randstad, waardoor berichten uit de periferie van Nederland, en dus ook de Veenkoloniën, pas in het nieuws komen op het moment dat er sprake is van een relatief groot incident. Positieve berichtgeving, bijvoorbeeld over evenementen, komen nog minder vaak aan bod dan negatieve berichtgeving (ongelukken of grote misdrijven) die qua sensatie of schaal vaker nationaal belangrijk zijn.

Mensen kunnen het gebied op meerdere manieren kennen en konden dit in de enquête ook aangeven. Om te kunnen bepalen welke informatiebronnen bepalend zijn in de waardering van de Veenkoloniën zijn alle informatiebronnen in een regressiemodel gezet. Het regressiemodel poogt het gegeven waarderingcijfer uit de gebruikte informatiebronnen (wonen, werken, recreëren) te verklaren. Hierbij zijn informatiebronnen die geen (significante) invloed hebben op het rapportcijfer uit het model verwijderd. Uiteindelijk komen voor *wonen* de informatiebronnen “bezoek voor recreatie” en “er zelf gewoond” uit als significante verklaring voor het rapportcijfer. Mensen die er gewoond hebben beoordelen de Veenkoloniën als

woongebied 1,5 punt hoger en mensen die het gebied bezocht hebben voor recreatie beoordelen de Veenkoloniën als woongebied 0,5 punt hoger.

Rapportcijfer wonen = $5,731 + 1,530 * (\text{gewoond in de Veenkoloniën}) + 0,538 * (\text{bezoek voor recreatie})^{16}$

Verklaarde variantie= 10,8%

De waardering voor de Veenkoloniën als *werkgebied* is van meer informatiebronnen afhankelijk. Naast woonverleden en bezoek voor recreatie hebben hier kennis van het gebied via werk en kennissen die er vandaan komen een invloed op het rapportcijfer. Mensen die in de Veenkoloniën gewoond hebben zijn veel positiever over dat gebied als werkgebied dan mensen die die woonervaring niet hebben. Het lijkt er op dat het gezegde ‘Onbekend maakt onbemind’ hier opgeld doet. Daarnaast is er ook sprake van een positieve ambassadeursfunctie, waarbij mensen met kennissen uit het gebied positiever zijn over de Veenkoloniën als werkgebied.

Rapportcijfer werken = $4,897 + 1,417 * (\text{gewoond in de Veenkoloniën}) + 0,258 * (\text{bezoek voor recreatie}) + 0,567 * (\text{via werk}) + 0,265 * (\text{ken mensen die er vandaan komen})$

Verklaarde variantie= 9,7%

Voor de Veenkoloniën als *recreatiegebied* zijn wederom het woonverleden en de bezoeken voor recreatie bepalend voor de waardering. Daarnaast is er een derde informatiebron die het rapportcijfer bepaalt, namelijk het kennen van mensen die er vandaan komen. Deze laatste heeft een negatieve invloed op het rapportcijfer voor de Veenkoloniën als recreatiegebied. Dit is een opvallend resultaat, aangezien mensen die er zelf gewoond hebben positiever zijn over de Veenkoloniën als recreatiegebied. Een mogelijke verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat ondanks dat mensen met een woonverleden in de Veenkoloniën positiever zijn over het gebied (zie ook de place-identity en place-attachment scores), zij het gebied als recreatiegebied niet aanraden aan vrienden en kennissen, maar de voorkeur geven aan bijvoorbeeld het Drents zandgebied of een ander gangbaarder recreatiegebied in Nederland.

Rapportcijfer recreëren = $6,338 + 0,949 * (\text{bezoek voor recreatie}) + 0,998 (\text{gewoond in de Veenkoloniën}) - 0,388 * (\text{ken mensen die er vandaan komen})$

Verklaarde variantie= 8,1%

Zelf gewoond hebben in de Veenkoloniën is een bepalende factor in de waardering voor de Veenkoloniën als woon-, werk- en recreatiegebied. Uit analyses naar de dimensie Beelddrager blijkt dat woongeschiedenis in het gebied en bezoek voor recreatie leidt tot minder sociaal-culturele associaties. Voor mensen die in het gebied gewoond hebben blijkt dat zij minder vaak

¹⁶ In alle regressievergelijkingen geldt dat de antwoordcategorieën geklassificeerd zijn als: 0=kent het gebied niet via deze weg, 1=kent het gebied wel via deze weg

de associatie met armoede hebben dan mensen die niet in het gebied gewoond hebben. Dit is echter niet zichtbaar bij mensen die het gebied bezocht hebben voor recreatie.

3.5 Welk beeld hebben verschillende groepen van de Veenkoloniën?

Opleidingsniveau

In het algemeen is vertrek van hoogopgeleiden een van de voornaamste problemen binnen het vraagstuk van rurale (sociaal-) economische ontwikkeling (Stockdale, 2006). Voor deze groep mensen zijn doorgaans de mogelijkheden binnen rurale gebieden beperkt, en de kansen buiten het gebied groter, waardoor hoogopgeleiden verhuizen naar gebieden met meer mogelijkheden. Het resultaat hiervan kan zijn dat de verwachte place-dependence voor respondenten met een hogere opleiding lager is dan voor respondenten met een lagere opleiding. Daarnaast is een belangrijke component van cognitieve dissonantie de mate van keuze die respondenten hebben om de huidige situatie te veranderen. Voor respondenten die de keuze hebben hun huidige situatie aan te passen geldt dat zij het verschil tussen hun huidige gedrag en de cognitie daarvan zo klein mogelijk zullen houden. Mensen die deze keuze echter niet hebben, hoeven hun huidige gedrag niet te verantwoorden. Voor mensen die niet de keuze hebben om uit de Veenkoloniën te verhuizen geldt dus dat het proces van cognitieve dissonantie niet verklarend zal zijn voor een hogere waardering. Mensen met een hogere opleiding zijn mobieler (Schwartz, 1976) en hebben daarmee meer keuze in wel of niet in de Veenkoloniën te (blijven) wonen.

Tegen de verwachtingen in is er geen verband te onderscheiden naar opleidingsniveau voor alle aspecten van sense-of-place. Hoger opgeleiden¹⁷ binnen het gebied identificeren zich niet meer of minder met de Veenkoloniën en zijn ook net zo verbonden met en afhankelijk van de Veenkoloniën als lager- en middelbaar opgeleiden.

Tabel 12: Waarderingen naar opleidingsniveau binnen de Veenkoloniën

	Wonen	Werken	Recreëren
Lager onderwijs	7,82	6,71	7,41
Middelbare opleiding	7,47	6,53	6,85
Hogere opleiding	7,72	5,61	7,09

In tabel 12 wordt duidelijk dat de waarderingen voor het gebied wel afhankelijk zijn van het opleidingsniveau. Respondenten uit de Veenkoloniën met een hogere opleiding beoordelen de Veenkoloniën als werkgebied significant lager dan respondenten met een lagere of middelbare opleiding. Voor de Veenkoloniën als recreatiegebied geven respondenten met een lagere opleiding een significant hogere waardering dan de overige opleidingscategorieën.

¹⁷ Er zijn drie opleidingsniveaus onderscheiden: lager onderwijs, middelbaar (MAVO, VMBO, HAVO, VWO, MBO) en hoger opgeleid (HBO en WO)

Tabel 13: Waarderingen naar opleidingsniveau buiten de Veenkoloniën

	Wonen	Werken	Recreëren
Lager onderwijs	6,70	5,61	6,96
Middelbare opleiding	6,07	5,46	6,65
Hogere opleiding	6,04	4,95	6,53

Buiten de Veenkoloniën is het beeld vergelijkbaar (tabel 13). Respondenten met een hogere opleiding waarderen de Veenkoloniën als werkgebied significant lager dan de overige opleidingsniveaus. Respondenten met een lagere opleiding waarderen de Veenkoloniën hoger als woongebied dan de overige respondenten. Respondenten met een middelbare of hogere opleiding geven buiten de Veenkoloniën wel een lagere waardering voor het gebied, terwijl dit voor middelbaar of hoger opgeleiden binnen de Veenkoloniën minder duidelijk zichtbaar is. Samenvattend kan worden gesteld dat de Veenkoloniën door hoger opgeleiden als minder aantrekkelijk wordt beoordeeld. Dat geldt in het bijzonder voor de Veenkoloniën als werkgebied. Deze conclusie geldt zowel binnen als buiten het gebied. Hoger opgeleiden beoordelen het woonklimaat in de Veenkoloniën echter niet lager dan lager opgeleiden.

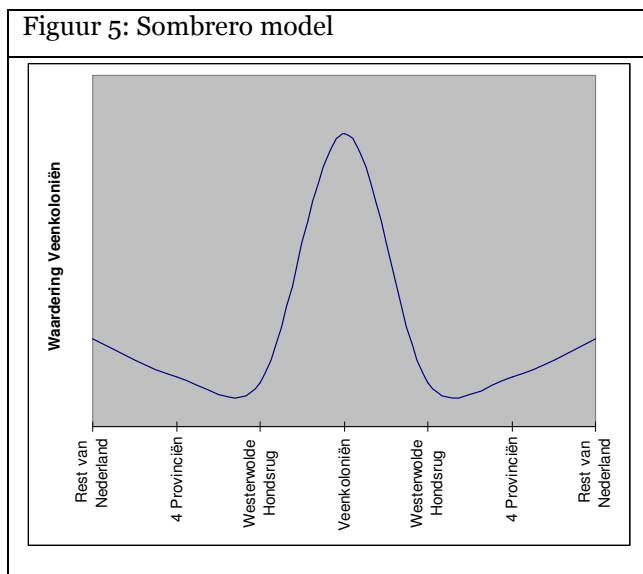
Naarmate respondenten ouder zijn, wordt het beeld van de Veenkoloniën positiever. Dit is in lijn met de waardering van platteland in het algemeen (Haartsen, 2002).

4 Synthese en conclusie

In analyses over de sociaal-economische problematiek van de Veenkoloniën wordt vaak verwezen naar een vermeend negatief imago. Wat dit negatieve imago echter precies blijft hierbij vaak onduidelijk. Ons onderzoek, in opdracht van de Agenda voor de Veenkoloniën, probeert helderheid te scheppen in wat het imago van de Veenkoloniën precies is, of het negatief dan wel positief is en waar het imago vandaan komt. Het onderzoek is in samenwerking met de Hanze Hogeschool in heel Nederland uitgevoerd. De conclusie is dat het met het negatieve imago over het geheel genomen eigenlijk wel meevalt. De meest negatieve meningen zijn te vinden bij respondenten van net buiten de Veenkoloniën, bij hoger opgeleiden, en op het aspect 'werk'.

Mensen buiten de Veenkoloniën hebben een negatiever beeld van het gebied

Mensen van buiten het gebied Veenkoloniën waarderen het gebied minder positief dan mensen in het gebied zelf. Dit is in het bijzonder het geval in de direct omliggende regio's. Deze resultaten zijn in overeenstemming met de bevindingen van Reiling (2008) en Smid (2009). Naarmate de afstand tot het gebied toeneemt vlakt dit effect weer af voor de waarderingen van het gebied als woon- en recreatiegebied (het 'sombbrero-model': figuur 5). De cognitieve dissonantie en post-hoc rationalisatie vormen in ons onderzoek een mogelijke verklaring voor de hoge waardering van de eigen woonplaats. Het resultaat is *niet* het gevolg van negatieve uitsortering. Hoewel respondenten die uit de Veenkoloniën weggetrokken zijn lagere waarderingen voor het gebied geven dan de respondenten die er nog wonen, zijn deze waarderingen toch duidelijk hoger dan te verwachten valt op basis van negatieve uitsortering (zie ook tabel 9).



Lagere waarderings gegeven door respondenten uit de direct aangrenzende gebieden zijn wellicht het gevolg van ‘othering’ (afzetten tegen anderen). Dit proces houdt in dat de eigen regio positiever gewaardeerd wordt dan een andere, nabij gelegen regio, met als insteek het positieve van de eigen regio te benadrukken. Het is aannemelijk dat dit op een lager schaalniveau (buur-regio’s) sterker is dan op een hoger schaalniveau.

De waardering van de Veenkoloniën als *werkgebied* vormt een uitzondering op bovenstaande patronen. Naarmate de afstand tot het gebied toeneemt geven respondenten een lagere waardering voor de Veenkoloniën als werkgebied. Ze zien de Veenkoloniën dus als een gebied waar het slecht werken is. Tegelijkertijd worden de Veenkoloniën met toenemende afstand tot het gebied ook vaker geassocieerd met *armoede*.

De Veenkoloniën en het algemene beeld van het platteland

Naarmate de afstand tot de Veenkoloniën toeneemt, neemt de bekendheid met het gebied af. Hoe verder de respondent van het gebied weg woont, hoe meer overeenkomsten het geschetste beeld van de regio vertoont met een algemeen beeld van het platteland in Nederland en des te minder gebiedsspecifieke elementen er genoemd worden. Ten opzichte van het algemene beeld van het platteland is er desondanks buiten de Veenkoloniën sprake van een nadrukkelijk aanwezige component: *armoede*. Zoals gezegd, de associatie met *armoede* wordt naarmate de afstand tot het gebied toeneemt vaker genoemd. Hoewel armoede en werkloosheid associaties zijn die bij het platteland in het algemeen voorkomen (Haartsen, 2002), zijn ze bij de Veenkoloniën veel nadrukkelijker aanwezig.

De naam van het gebied

Een belangrijk deel van de respondenten geeft aan het gebied te associëren met veen of turf, elementen die nauwelijks nog een rol spelen in het gebied. Identity-markers als Turfindustrie en sociaal-culturele componenten als Saai en Ouderwets worden veel genoemd. Alles wijst er op dat deze associaties mede uit de naamgeving Veenkoloniën afkomstig zijn. Opvallend genoeg wordt het gebied weinig met pioniers geassocieerd. In beleidsstukken wordt juist wel vaak verwezen naar het beeld van Veenkolonialen als pioniers en grensverleggers.

Het valt wel mee met het landschap

Veel respondenten buiten de Veenkoloniën associëren het gebied met een mooi landschap, terwijl daar bij deskundigen juist vaak twijfel over is. Er moet bij dit ‘mooi’ echter de kanttekening gemaakt worden dat sommige respondenten die minder bekend zijn met het gebied, de Veenkoloniën mogelijk verwarren met het Drentse zandgebied of met platteland in het algemeen. Het gebied wordt overigens ook vaak positief geassocieerd met een rustige omgeving.

Voormalig inwoners als ambassadeurs

Voor aanvang van ons onderzoek was de verwachting dat een positieve waardering van de Veenkoloniën door inwoners deels voortkwam uit een proces van negatieve uitsortering. Mensen die het gebied niet aantrekkelijk vinden zouden vertrekken, waardoor de gemiddelde waardering van mensen die overbleven omhoog ging. Een mogelijk gevolg hiervan is dat voormalig bewoners van de Veenkoloniën buiten het gebied juist een negatief beeld zouden schetsen van de Veenkoloniën. In ons onderzoek vinden wij dit niet terug. Oud-bewoners van de Veenkoloniën zijn op het gebied van wonen net zo positief over het gebied als huidige bewoners van het gebied en voor de Veenkoloniën als recreatiegebied gemiddeld zelfs positiever.

Uit eigen ervaring

De waardering van het gebied stijgt naarmate men persoonlijk in contact is (geweest) met het gebied. Ook in de direct omliggende regio's is dat het geval, hoewel de waardering van de Veenkoloniën in dat gebied over het geheel laag is.

De belangrijkste beeldbepalende informatiebronnen zijn, naarmate de afstand tot het gebied toeneemt, het nieuws, kranten en TV. Respondenten die het gebied via kranten of TV kennen waarderen het gebied lager dan respondenten die het gebied niet primair via die media kennen. Desondanks zijn de belangrijkste verklarende factoren voor positieve waardering van het gebied dat men er zelf gewoond heeft (positief) of dat men het bezoekt voor recreatie..

Mensen die in de Veenkoloniën gewoond hebben identificeren zich meer met de regio en voelen zich er meer mee verbonden dan respondenten die er niet gewoond hebben. Desondanks ligt de waargenomen place-identity en place-dependence van mensen die niet meer in de Veenkoloniën wonen lager dan die van mensen die er wel wonen. Dit is in lijn met de bevindingen van Thissen *et al.* (2010) dat de mate waarin een persoon zich verbonden voelt met een gebied een belangrijke factor is in het migratieproces (bij jongeren). Dit leidt tot de conclusie dat mensen die in de Veenkoloniën gewoond hebben, eerder geneigd zijn zich daar weer te vestigen dan mensen die niet eerder in de Veenkoloniën gewoond hebben.

Het Veenkoloniale imago naar bevolkingsgroep en woonsituatie

Het beeld van de Veenkoloniën bij hoger opgeleiden is negatiever dan bij lager opgeleiden. Met name voor de Veenkoloniën als *werkgebied* geven hoger opgeleiden lagere scores.

Respondenten van zowel binnen als van buiten de Veenkoloniën met een middelbare of hogere opleiding geven ook lagere cijfers voor het gebied als *recreatiegebied*. Dat zou er mee te maken kunnen hebben dat die opleidingscategorieën een scherper beeld van de Veenkoloniën hebben en het minder verwarren met zand-Drenthe of platteland algemeen. Buiten de Veenkoloniën zijn ook de waarderingen van het gebied als *woongebied* van middelbaar- en hoger opgeleiden lager dan de waarderingen van lager-opgeleiden.

5 Aanbevelingen

We zijn geografisch onderzoekers, geen regio-marketeers. Toch willen we wel een aanzet geven voor de discussie over wat er wel en niet zou moeten of kunnen gebeuren om de Veenkoloniën er nog beter op te zetten.

De invloed van afstand op het imago van de Veenkoloniën laat een duidelijk beeld zien: mensen die dichterbij het gebied wonen zijn negatiever over de Veenkoloniën dan mensen die verder weg wonen (het sombrero-model). Die laatste groep heeft meer een algemeen plattlandsbeeld van de Veenkoloniën, maar voor zover het beeld specifiek is, berust het op het verleden: turf, veen, armoede. Onderstaande aanbevelingen richten zich voornamelijk op de groep die het verst van de Veenkoloniën vandaan woont, hoewel de meeste ook op kortere afstand een positief effect zouden sorteren.

- **Aanbeveling 1:**

Wees blij met het feit dat de groep die verder van de Veenkoloniën vandaan woont het gebied vooral ziet als een gewoon plattlandsgebied en platteland staat er doorgaans goed op.

- **Aanbeveling 2:**

Probeer in berichtgeving en in bijvoorbeeld evenementen vooral welvarende aspecten van het gebied te benadrukken.

- **Aanbeveling 3:**

Cultiveer het beeld van het verleden vooral NIET. Dus geen grootschalig turf-festival, een armoede-fair, veen-ronde, staking-toneel of turfstekerspopconcert. Verleg de aandacht naar heden en toekomst (een uniek landschap, volledig ontgonnen en ingericht naar de behoeften van de mensen in en rond het gebied, technisch op orde). Kies voor initiatieven en evenementen die passen bij de beschikbaarheid van ruimte, rust, afstand, horizon, kanalen en andere zaken die bij de Veenkoloniën van vandaag passen, en die moderniteit uitstralen. LOFAR is een mooi voorbeeld. Bij het zoeken naar evenementen in de Veenkoloniën op internet komt niet één evenement naar boven wat landelijke bekendheid heeft. Omdat er ruimte is voor geluid zou een (jaarlijks) grootschalig muziekfestival van de lawaaige soort een aantrekkelijke optie kunnen zijn (vergl. TT).

- **Aanbeveling 4:**

Probeer versnippering van de media-aandacht tegen te gaan. De Randstedelijke pers pikt iets alleen op als het grootser en/of dramatischer is dan iets vergelijkbaars in de Randstad. Ga niet allerlei gemeenten binnen het gebied zelfstandig promoten. Concentreer de budgetten. Laat heel de Veenkoloniën meebetalen aan het profvoetbal in Veendam

De Veenkoloniën zijn voor veel mensen buiten het noorden van Nederland nog een onbekend en afgelegen gebied. Het is voor de ontwikkeling van de Veenkoloniën van belang dat mensen op de hoogte zijn van *het bestaan* van het gebied. Als mensen het gebied niet kennen, wordt het ook niet als mogelijk alternatief beschouwd als ze ooit naar het Noorden verhuizen of anderszins een nieuwe locatie zoeken.

- **Aanbeveling 5:**

Benadruk in het algemeen de goede bereikbaarheid. Benadruk de korte afstanden en relatief korte reistijden naar verschillende grote steden in het noorden van Nederland, Noord-West Duitsland en het Ruhrgebied. Daarmee wordt aangehaakt bij moderne economieën.

Voor de mensen die dichterbij de Veenkoloniën wonen, en die een meer specifiek en negatiever beeld van de Veenkoloniën hebben, is een aanvullende benadering nodig. Zoals gemeld, het negatieve beeld heeft vooral te maken met ‘othering’. Het verschil verkleinen tussen Veenkoloniën omgeving is dan een mogelijke remedie. Naast bovengenoemde aanbevelingen spelen op kortere afstand ook de volgende aanbevelingen.

- **Aanbeveling 6:**

Vlak waar mogelijk het verschil met de omliggende af. Er zijn al goede voorbeelden van, zoals de herinrichting van de Hunze in de Randveenontginningen

- **Aanbeveling 7:**

De landschappelijke kwaliteit komt niet als een minpunt van het gebied naar voren in ons onderzoek. Ga voor imago-redenen niet zwaar sleutelen aan het landschap. Dat bespaart meteen veel geld. Voor de bewoners en degenen die vlakbij het gebied wonen is verbetering van de recreatieve kwaliteit wel belangrijk. Dat vergt wel landschappelijke aanpassingen, waarvan de verbindingen Borger-Stadskanaal en Veendam-Zuidlaren beloftevolle voorbeelden zijn.

Werken in de Veenkoloniën wordt in alle onderscheiden regio's lager beoordeeld dan aspecten als recreatie en wonen. Het gebied wordt nog steeds gezien als eenzijdig (landbouw), terwijl de Veenkoloniën feitelijk een diensteneconomie is zoals vrijwel alle andere delen van Nederland.

- **Aanbeveling 8:**

Benadruk het feit dat de Veenkoloniën een gebied is met een normale economische structuur. Houd landbouw en agro-industrie wat uit het zicht. Dat gelouterde voetballers zich ooit lieten opereren in het Refaja was toentertijd een mooie manier om de aandacht op de dienstensector te richten.

Een groep waarbij het imago van de Veenkoloniën negatief is, is de groep hoger-opgeleiden buiten het gebied. Dit is met name problematisch om meerdere redenen.

- **Aanbeveling 9:**

Het is daarom van belang de regio meer te verbinden met hoger opgeleiden. De aanwezigheid van high-tech banen voor hoger-opgeleiden in het gebied zelf (ziekenhuizen, AVEBE) kan gebruikt worden. Ook kan de beschikbaarheid van hoogwaardige werkgelegenheid in steden die vanuit de Veenkoloniën goed bereikbaar gebruikt worden in op dit punt wat aan het imago te doen.

Literatuur

AGENDA VOOR DE VEENKOLONIËN (2011), 'Agenda voor de Veenkoloniën – de Agenda',
www.veenkoloniën.nl, laatst bezocht 10-03-2011

AGENDA VOOR DE VEENKOLONIËN (2011), 'Agenda voor de Veenkoloniën – Het gebied',
www.veenkoloniën.nl, laatst bezocht op 17-2-2011

BOYLE, P.J., K. HALFACREE, V. ROBINSON (1998), 'Exploring contemporary migration',
Harlow: Longman

CAB (2010), 'Pionieren in de proeftuin: Nieuwe teelten in de Veenkoloniën', Groningen: Cab

CBS (2010), 'Gemiddelde bevolking; geslacht, burgerlijke staat, leeftijd en regio', CBS Statline,
Den Haag

CENTRAAL BUREAU VOOR DE STATISTIEK (2011), 'Leefbaarheid woonbuurt: Politieregio
(Integrale Veiligheidsmonitor), Den Haag

COMMISSIE STRUCTUURVERSTERKING VEENKOLONIËN -Cie. Hoekstra- (2001), 'Van
afhankelijkheid naar kracht', Den Haag, Ministerie van LNV

DAM, F. VAN, S. HEINS & B.S. ELBERSEN (2002), 'Lay discourses of the rural and stated and
revealed preferences for rural living. Some evidence of the existence of a rural idylle in the
Netherlands', *Journal of Rural Studies* 18-4, pp.; 461-476

DOYLE, D.P. (1994), 'Developing Human Capital: The role of the private sector', *Theory into
practice* 33 (4), pp 218-226

FALKHEIMER, J. (2005), 'Formation of a region: Source strategies and media images of the
Swedish-Danish Öresund Region', *Public Relations Review* 31, pp 293-295

GEMEENTE STADSKANAAL (2008), 'De hoofdstad van de Veenkoloniën: Pionieren in de
proeftuin', Stadskanaal

GROOTE, P., T. HAARTSEN & P.P.P. HUIGEN (1999), 'Ruimte voor platteland: op zoek naar
een nieuwe identiteit', *Geografie* 8 (1), pp 17-19

GUILLEN, L., L. COROMINA & W. E. SARIS (2011), 'Measurement of social participation and
its Place in Social Capital Theory', *Social Indicators Research* 100, pp 331-350

HAARTSEN, T. (2002), 'Platteland: Boerenland, natuurterrein of beleidsveld', Rijksuniversiteit Groningen, Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen

HALFACREE, K.H. (1993), 'The importance of 'the rural' in the constitution of counterurbanization: evidence from England in the 1980s', *Sociologia Ruralis* 35, pp. 164-189

HALFACREE, K.H. (1995), 'Talking about rurality: Social representations of the rural as expressed by residents of six English parishes', *Journal of Rural Studies* 11 (1), pp. 1-20

HALL, S. (1997), 'Representation: Cultural representations and signifying practices', London, Sage

HOLLOWAY, L. & P. HUBBARD (2001), 'People and Place', Harlow: Pearson Education

HOSPERS, G.-J. (2004), 'Place marketing in Europe – The branding of the Oresund region', *Intereconomics* september / oktober 2004, pp 271-279

JOHNSTON, R.J., D. GREGORY, G. PRATT & M. WATTS (2000), 'The Dictionary of Human Geography', Malden: Blackwell Publishing

JORGENSEN, B. S. & R. C. STEDMAN (2001), 'Sense of place as an attitude: Lakeshore owners attitudes toward their properties', *Journal of Environmental Psychology* 21, pp 233-248

KAVARATZIS, M. & G. J. ASHWORTH (2005), 'City-branding: an effective assertion of identity or a transitory marketing trick', *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie* 96-5, pp 506-514

PAASI, A. (2003), 'Region and place: regional identity in question', *Progress in Human Geography* 27-4, pp 475-485

PELLENBARG, P.H. (1994), 'Identiteit, imago en economische ontwikkeling van regio's', Groningen: Geo Pers

PROSHANSKY, H.M. (1978), 'The city and self-identity', *Environment and behavior* 1978-10, pp 147-169

REILING, M. (2008), 'Van turfvaart naar toervaart – Een onderzoek naar identiteit en waardering van de Veenkoloniën', Rijksuniversiteit Groningen

SCHWARTZ, A. (1976), 'Migration, age and education', *Journal of Political Economy* 84 (4), pp. 701-720

SMID, F.S. (2009), 'De beoordeling van de Veenkoloniën – Waardering en identiteitstoekenning door oud-bewoners', Rijksuniversiteit Groningen

STOCKDALE, A. (2006), 'Migration: Pre-requisite for rural economic regeneration?', *Journal of Rural Studies* 22, pp 354-366

STOCKDALE, A. (2006), 'Migration: Pre-requisite for rural economic regeneration?', *Journal of Rural Studies* 22, pp. 354-366

TEMPELMAN, S. (1999), 'Duiken in het duister: een gematigd constructivistische benadering van culturele identiteit', *Migrantenstudies* 15 (2), pp 70-82

TERLUIN, I.J. (2003), 'Differences in economic development in rural regions of advanced countries: an overview and critical analysis of theories', *Journal of Rural Studies* 19, pp 327-344

THISSEN, F., J. DROOGLEEVER FORTUIJN, D. STRIJKER & T. HAARTSEN (2010), 'Migration intentions of rural youth in the Westhoek, Flanders, Belgium and the Veenkoloniën, The Netherlands', *Journal of Rural Studies* 26, pp 428-436

WALMSLEY, D.J., W.R. EPPS & C.J. DUNCAN (1998), 'Migration to the New South Wales North Coast (1986-1991): Lifestyle Motivated Counterurbanisation', *Geoforum* 29 (1), pp. 105-118

Bijlage 1: Algemene resultaten

Tabel 1: Rapportcijfers Kiel-Windeweer en Eext (Reiling, 2008)

	Waardering Kiel-Windeweer	Waardering Eext
Bewoners Kiel-Windeweer	8,09	7,39
Bewoners Eext	4,86	8,07

Tabel 2: Rapportcijfers oud-bewoners (Smid, 2009)

	Rapportcijfer vorige woonplaats	Rapportcijfer huidige woonplaats
Vorige woonplaats (Veenkoloniën)	7,08	8,08
Vorige woonplaats (niet-Veenkoloniën)	7,39	7,87

Tabel 3: Cijfers integrale veiligheidsmonitor (CBS, 2011)

	Rapportcijfer woonomgeving
Groningen	7,5
Friesland	7,6
Drenthe	7,7
Nederland totaal	7,5

Tabel 4: Opleidingsniveau naar regio

Regio:	Lager-opgeleiden	Middelbaar-opgeleiden	Hoger-opgeleiden
Veenkoloniën (verwacht)	27,2%	50,0%	22,8%
Veenkoloniën (steekproef)	15,9%	61,8%	30,1%
Westerwolde-Hondsrug (verwacht)	23,5%	50,0%	26,5%
Westerwolde-Hondsrug (steekproef)	8,1%	61,8%	30,1%
4 omringende provincies (verwacht)	22,9%	47,8%	29,4%
4 omringende provincies (steekproef)	10,0%	68,1%	21,9%
Rest van Nederland (verwacht)	23,0%	43,2%	33,8%
Rest van Nederland (steekproef)	5,4%	58,1%	36,5%

Tabel 5: Top 10 meestgenoemde associaties met de Veenkoloniën (totaal)

Associatie:	Aantal keer genoemd	Gemiddelde waardering
turf	103	3.52
veen	85	3.52
armoede	69	1.75
rustige omgeving	60	4.27
natuur	52	4.44
Groningen / Drenthe	46	3.50
kanalen	28	3.36
vlak	21	2.95
saai	18	2.00
ruimtelijk	18	4.56

Tabel 6: Identity markers naar regio (1 = zeer zwakke associatie, 5 = zeer sterke associatie)

	Binnen totaal	Westerwolde- Hondsrug	Vier provinciën	Rest van Nederland	Totaal
Avebe	3.43	3.30	2.92	2.65	3.10
Open landschap	3.99	4.04	3.88	3.93	3.94
Grootschalige akkerbouw	3.76	3.90	3.80	3.75	3.80
Mooie natuur	3.98	3.81	3.61	3.73	3.75
Rustig wonen	4.08	3.93	3.73	3.80	3.86
Eenzaamheid	2.25	3.33	3.22	3.48	3.01
Turf-industrie	3.10	3.55	3.61	3.65	3.47
Ouderwets	2.53	3.23	3.24	3.22	3.05
Scheepswerven	2.71	2.81	2.92	2.85	2.84
Saai	2.35	3.20	3.02	3.11	2.89
Veenbrand	2.45	2.58	2.52	2.45	2.51
Museum	3.41	3.22	3.35	2.84	3.30
Lintdorpen	3.50	3.64	3.42	3.24	3.46
Gezellige dorpen	3.59	3.17	3.19	3.11	3.29
Mooie huizen	3.69	3.24	3.28	3.19	3.37
Internationaal natuurpark	3.09	3.06	3.10	2.96	3.08
Dorpsleven	3.30	3.34	3.31	3.35	3.32
Bruggen en sluizen	3.74	3.50	3.35	3.13	3.46
Watersport	3.51	3.32	3.28	3.11	3.33
Wandelrecreatie	3.76	3.50	3.64	3.46	3.63
Vlak	3.83	3.84	3.91	3.76	3.86
Ver weg van voorzieningen	2.83	3.57	3.45	3.52	3.32
Vooruitstrevend	3.06	2.61	2.81	2.52	2.81
Afwisselend gebied	3.17	3.01	3.03	3.00	3.06
Aardappels	3.66	3.61	3.52	3.33	3.56
Trekkerboeren	3.49	3.47	3.57	3.19	3.50

Tabel 7: Meestgenoemde associaties naar dimensie beelddrager: Functionele associaties

Associatie	Aantal keer genoemd
turf	110
natuur	55
boeren	19
landbouw	18
turfindustrie	17
aardappels	11
achtergebleven	10
afgelegen	9
akkerbouw	9
industrie	8

Tabel 8: Meestgenoemde associaties naar dimensie beelddrager: Visueel-landschappelijke associaties

Associatie	Aantal keer genoemd
stil	93
boers	30
uitzicht	21
weinig voorzieningen	18
natte grond	18
mooie omgeving	15
genegenheid	14
verschil in klasse	14
knauwen	12
frisse lucht	11

Tabel 9: Meestgenoemde associaties naar dimensie beelddrager: Sociaal-culturele associaties

Associatie	Aantal keer genoemd
bereikbaarheid	71
niet veel cultuur	62
niks	18
streken (lange gerekte dorpen)	11
Veenomgeving	10
langgerekte dorpen	7
verkaveling	6
veenontginning	5
weinig geld	5
veensteken	4

Bijlage 2: Vragenlijsten

Vragenlijst voor binnen de Veenkoloniën

Vraag 1: Noem maximaal 3 woorden waar u het eerst aan denkt als u denkt aan de Veenkoloniën en geef daarbij aan in welke mate deze associatie positief dan wel negatief is.

Woord:	Zeer positief	Positief	Neutraal	Negatief	Zeer negatief	Geen waardering
1.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vraag 2: Geef een rapportcijfer voor de Veenkoloniën als gebied op de aspecten Wonen, Werken en Recreëren.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Geen waardering
1. Wonen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Werken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Recreëren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vraag 3: Hierna volgen een aantal stellingen: Ik woon in de Veenkoloniën want: (meerdere antwoorden mogelijk)

	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens
1. het is een goed gebied om kinderen op te voeden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. het is een mooie omgeving	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. ik kom hier vandaan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ik ben hier op mijn plek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. mijn partner woont hier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. ik voel mij hier thuis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. dat is nodig voor mijn werk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. ik ken hier veel mensen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. ik woon hier tussen mijn soort mensen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vraag 4: Hoe vaak gaat u per maand:

	In uw dorp / stad	Buiten uw dorp / stad maar binnen uw provincie	Buiten uw provincie, maar binnen de Drents-Groningse Veenkoloniën	Elders
Boodschappen doen	... keer	... keer	... keer	... keer
Winkelen / detailhandel	... keer	... keer	... keer	... keer
Naar evenementen	... keer	... keer	... keer	... keer
Op stap / uit eten (horeca)	... keer	... keer	... keer	... keer

Vraag 5: Hoeveel tijd besteedt u gemiddeld per week aan:

	Geen tijd / niet van toepassing	Gemiddeld
Lokale sportvereniging	<input type="checkbox"/>	...uur
Lokale culturele vereniging (toneel, muziek etc.)	<input type="checkbox"/>	...uur
Organisatie van lokale evenementen	<input type="checkbox"/>	...uur

Vraag 6: Elementen uit het gebied

Als ik aan de Veenkoloniën denk, dan denk ik aan:

	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens
1. Avebe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Open landschap	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Grootschalige akkerbouw	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Mooie natuur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Rustig wonen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Eenzaamheid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Turf-industrie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Ouderwets	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Scheepswerven	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Saai	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. De grote veenbrand van 1917	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Veenkoloniaal museum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Lintdorpen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Gezellige dorpen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Mooie huizen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Internationaal natuurpark	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Hecht dorpsleven	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Bruggen en sluisen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Watersport / vaarrecreatie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Wandelrecreatie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. Vlak	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. Ver van voorzieningen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Vooruitstrevend	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. Afwisselend gebied	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. Aardappels	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. Trekkerboeren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vraag 7: Achtergrond

	Ja	Nee
Werkt u (hoofdzakelijk) in de Veenkoloniën?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bent u geboren in de Veenkoloniën?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Woonde u tussen uw 12 ^e en 18 ^e levensjaar in de Veenkoloniën?	<input type="checkbox"/> , namelijk jaren	<input type="checkbox"/>
Hoe lang heeft u in de Veenkoloniën gewoond? jaar	
Wat is uw leeftijd? jaar	
Wat is uw geslacht?	<input type="checkbox"/> man	<input type="checkbox"/> vrouw

Vraag 8: Klassificeer uw huidige woonsituatie:

Buiten de bebouwde kom	In een klein dorp	In een groot dorp	In een plattelandsstadje	In een stad	In een grote stad
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Vraag 9: In welke sector bent u werkzaam?
(meerdere antwoorden mogelijk)**

Agrarisch	<input type="checkbox"/>	Industrie	<input type="checkbox"/>
(Zakelijke) dienstverlening	<input type="checkbox"/>	Horeca	<input type="checkbox"/>
Overheid	<input type="checkbox"/>	Onderwijs	<input type="checkbox"/>
Zorg en welzijn	<input type="checkbox"/>	Detailhandel	<input type="checkbox"/>
Transport	<input type="checkbox"/>	Gepensioneerd	<input type="checkbox"/>
Toerisme	<input type="checkbox"/>	Niet meer werkzaam	<input type="checkbox"/>
Anders, namelijk			

Vraag 10: Wat is uw hoogst-genoten en afgeronde opleiding?

Lager-/ basisonderwijs	MAVO / VMBO / LTS	HAVO	VWO	MBO	HBO	WO
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Anders, namelijk:						

In te vullen door onderzoeker:

Schil:	Route:
--------	--------

Vragenlijst voor buiten de Veenkoloniën

Vraag 1: Noem maximaal 3 woorden waar u het eerst aan denkt als u denkt aan de Veenkoloniën en geef daarbij aan in welke mate deze associatie positief dan wel negatief is.

Woord:	Zeer negatief	Negatief	Neutraal	Positief	Zeer positief	Geen waardering
1.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vraag 2: Geef een rapportcijfer voor de Veenkoloniën als gebied op de aspecten Wonen, Werken en Recreëren.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Weet ik niet
1. Wonen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Werken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Recreëren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Vraag 3: Hierna volgen een aantal stellingen: Als ik naar de Veenkoloniën zou verhuizen, dan zou dit zijn omdat:
(meerdere antwoorden mogelijk)**

	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens
1. het is een goed gebied om kinderen op te voeden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. het is een mooie omgeving	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. ik kom uit de Veenkoloniën	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ik zou daar op mijn plek zijn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. mijn partner woont daar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. ik voel mij daar thuis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. dat is nodig voor mijn werk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. ik ken daar veel mensen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. ik zou daar tussen mijn soort mensen wonen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vraag 4: Op welke manier bent u in aanraking gekomen met het gebied?
(meerdere antwoorden mogelijk)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Bezoek vrienden / familie / kennissen | <input type="checkbox"/> Ik ken het gebied niet |
| <input type="checkbox"/> Bezoek voor recreatie | <input type="checkbox"/> Anders, namelijk: |
| <input type="checkbox"/> Bezoek voor werk | |
| <input type="checkbox"/> Het nieuws | |
| <input type="checkbox"/> Kranten / TV | |
| <input type="checkbox"/> Ken mensen die er vandaan komen | |
| <input type="checkbox"/> Heb er zelf gewoond | |

Vraag 5: Elementen uit het gebied

Als ik aan de Veenkoloniën denk, dan denk ik aan:

	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens
1. Avebe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Open landschap	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Grootschalige akkerbouw	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Mooie natuur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Rustig wonen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Eenzaamheid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Turf-industrie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Ouderwets	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Scheepswerven	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Saai	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. De grote veenbrand van 1917	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Veenkoloniaal museum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Lintdorpen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Gezellige dorpen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Mooie huizen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Internationaal natuurpark	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Hecht dorpsleven	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Bruggen en sluzen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Watersport / vaarrecreatie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Wandelrecreatie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. Vlak	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. Ver van voorzieningen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Vooruitstrevend	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. Afwisselend gebied	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. Aardappels	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. Trekkerboeren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vraag 6: Achtergrond

	Ja	Nee
Werkt u (hoofdzakelijk) in de Veenkoloniën?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bent u geboren in de Veenkoloniën?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Woonde u tussen uw 12 ^e en 18 ^e levensjaar in de Veenkoloniën?	<input type="checkbox"/> , namelijk jaren	<input type="checkbox"/>
Hoe lang heeft u in de Veenkoloniën gewoond? jaar	
Wat is uw leeftijd? jaar	
Wat is uw geslacht?	<input type="checkbox"/> man	<input type="checkbox"/> vrouw

Vraag 7: Klassificeer uw huidige woonsituatie:

Buiten de bebouwde kom	In een klein dorp	In een groot dorp	In een plattelandsstadje	In een stad	In een grote stad
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Vraag 8: In welke sector bent u werkzaam?
(meerdere antwoorden mogelijk)**

Agrarisch	<input type="checkbox"/>	Industrie	<input type="checkbox"/>
(Zakelijke) dienstverlening	<input type="checkbox"/>	Horeca	<input type="checkbox"/>
Overheid	<input type="checkbox"/>	Onderwijs	<input type="checkbox"/>
Zorg en welzijn	<input type="checkbox"/>	Detailhandel	<input type="checkbox"/>
Transport	<input type="checkbox"/>	Gepensioneerd	<input type="checkbox"/>
Toerisme	<input type="checkbox"/>	Niet meer werkzaam	<input type="checkbox"/>
Anders, namelijk:			

Vraag 9: Wat is uw hoogst-genoten en afgeronde opleiding?

Lager-/ basisonderwijs	MAVO / VMBO / LTS	HAVO	VWO	MBO	HBO	WO
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Anders, namelijk:						

In te vullen door onderzoeker:

Schil:	Postcodegebied:
--------	-----------------

Bijlage 3: Opbouw van de steekproef

Opbouw steekproef

Vanuit de Hanzehogeschool zijn studenten ingezet om de enquêtes af te nemen. Deze inzet maakte het mogelijk voor een groot gebied (Nederland) op veel verschillende punten face-to-face enquêtes af te nemen. De face-to-face methode zorgt ervoor dat respondenten persoonlijk benaderd worden wat een positief effect heeft op het aantal respondenten. Daarnaast zorgt de aanwezigheid van een enquêteur bij het invullen van de vragenlijst ervoor dat er minder foute invoer in de vragenlijst is, door de mogelijkheid van extra uitleg door de enquêteur. Als de beoogde respondenten geen affiniteit met het gebied en het onderzoek hebben kan de enquêteur er ten slotte ook op aansturen in ieder geval de achtergrondgegevens van de respondent te noteren, waardoor ook een beeld ontstaat van welke groepen geen kennis hebben van het gebied en niet mee willen doen aan het onderzoek.

Door een kleiner aantal inschrijvingen van studenten voor het vak waarvoor zij het veldwerk moesten uitvoeren is in de eerste veldwerkperiode (voorjaar 2010) niet het gehele gebied geënuquêteerd. Daarnaast waren er tegenvallende responsaantallen in de schillen buiten de Veenkoloniën die wel in de eerste veldwerkronde waren meegenomen (Westerwolde-Hondsrug en de Vier omringende provincies). In de tweede veldwerkperiode (najaar 2010) is in deze schillen de steekproef uitgebreid en ook in de schil Rest van Nederland geënuquêteerd.

De onderzoeksvraag (*Wat is het beeld dat verschillende groepen in Nederland van de Veenkoloniën hebben, en waar is dat beeld op gebaseerd?*) vereist dat de enquêtes in de steekproef verspreid over Nederland afgenomen worden. Om dit te realiseren is er voor gekozen een steekproef onder huishoudens te houden, hierdoor worden de respondenten namelijk geselecteerd op basis van waar zij in Nederland wonen.

Naast de hoofdvraag (zie hierboven) van het onderzoek was het ook van belang een differentiatie naar afstand tot het gebied te maken. Aangezien het onderwerp van het onderzoek niet een specifieke locatie maar een regio betreft, is er voor gekozen het overige onderzoeksgebied (Nederland) op te delen in schillen om de regio heen. Deze schillen zijn samengesteld op basis van afstand tot het gebied en zijn daarmee niet van gelijke grootte. Om ook binnen de schillen op achtergrondvariabelen te kunnen differentiëren zijn per schil grote aantallen respondenten nodig. Met een beperkt aantal enquêteurs is het niet mogelijk voor heel Nederland dezelfde dichtheid van huishoudens in de steekproef aan te houden. In de kleinere schillen is een grotere dichtheid nodig om aan voldoende respondenten te komen. In de grotere schillen is het echter noodzakelijk een kleinere dichtheid te hanteren, het aanhouden van dezelfde dichtheid zou hier te tijdsintensief zijn. Daarom is gekozen voor een niet-proportionele gestratificeerde steekproef: in de kleinste twee regio's, de Veenkoloniën en Westerwolde-Hondsrug zitten ongeveer evenveel huishoudens in de steekproef. In de vier omringende provincies is het

aandeel huishoudens in de steekproef relatief aan het totaal aan huishoudens kleiner dan in de kleinste twee regio's. Het aandeel huishoudens in de steekproef ten opzichte van het totaal aan huishoudens in de regio Rest van Nederland is nog kleiner.

Het aselekt trekken van huishoudens op nationale schaal zou leiden tot onwerkbaar afstand tussen de te bezoeken adressen. Daarom is binnen de schillen (met uitzondering van de Veenkoloniën, zie hieronder) gekozen voor een clustering van de steekproef. Op basis van zes-posities postcodes zijn aselekt straten toegevoegd aan de steekproef. Binnen deze straten zijn systematisch huishoudens toegevoegd aan de steekproef. Van elke straat werden alle huishoudens met een huisnummer eindigend op een 4 en een 5 toegevoegd aan de steekproef. Voor straten met meer dan 100 huisnummers is een selectiemechanisme toegepast zodat deze straten niet oververtegenwoordigd zouden zijn in de steekproef.

Steekproef Veenkoloniën

Vanwege de specifieke ruimtelijke indeling van de Veenkoloniën is voor de steekproef binnen het gebied een andere selectiemethode gekozen dan voor de steekproef buiten het gebied. In de Veenkoloniën liggen karakteristieke lintdorpen, waardoor een selectie op basis van straten per postcodegebied zou kunnen leiden tot een oververtegenwoordiging van straten waar geen of nauwelijks huizen aan staan. Hierdoor zou een aselekte clustering kunnen leiden tot zeer lage responsaantallen. Om dit te voorkomen zijn de straten waar geënuquëteerd werd binnen de Veenkoloniën handmatig gekozen aan de hand van de lintdorpen. Binnen deze straten is dezelfde selectiemethode gehanteerd (huisnummers eindigend op een 4 en een 5) als buiten de Veenkoloniën.

Naast de lintdorpen in de Veenkoloniën liggen er binnen het gebied ook enkele grotere plaatsen. Binnen deze grotere plaatsen zijn de straten wel op basis van 6-posities postcodes geselecteerd en is binnen de straten dezelfde selectiemethode (huisnummers eindigend op een 4 en 5) gehanteerd als buiten de Veenkoloniën. De grotere plaatsen in de Veenkoloniën zijn gedefinieerd aan de hand van CBS Wijken en Buurten in combinatie met de gebiedsbegrenzing van de Agenda voor de Veenkoloniën. Het betreft: Veendam, Stadskanaal, de Pekela's, Hoogezand-Sappemeer en delen van Emmen.