



Conferentielandgoed Blooming in Bergen

## 'Regionale identiteit': een rekbaar maar sterk begrip

### Najaarsconferentie 2004

In december 2004 werd op het conferentielandgoed Blooming te Bergen de LEADER+ najaarsconferentie gehouden.

Onder het motto van 'een bruisende ontmoeting van 250 Leaders' werd twee dagen lang gepraat, geworkshopt, genetwerkt, gegeten en uitgewisseld.

Het thema *Regionale identiteit, fundament voor plattelandsontwikkeling* bleek een interessante ingang om een veelheid van onderwerpen vanuit het regioperspectief te benaderen.

In dit netwerkbulletin treft u een verslag van de conferentie, een bijdrage van Marc Buijer.



**'We kunnen regionale identiteit niet concreet definiëren, maar het begrip is te interessant om te laten liggen.'** Zo typeerde Hans Elerie een gemeenschappelijke drijfveer van de bezoekers van de LEADER-conferentie die op 10 en 11 december werd gehouden. **Onder de titel 'Regionale identiteit; fundament voor plattelandsontwikkeling' tegen de bezoekers van de volgeboekte najaarsconferentie op zoek naar de verborgen betekenis van regionale identiteit aan het eind van de regenboog. Niet om die betekenis te vinden maar om een onderhoudende zoektocht te beleven.**

'De titel van de conferentie riekt te veel naar fundamentalisme, naar een nieuw beleidsdogma', aldus Elerie in zijn inleiding op de conferentie. De directeur van de Brede Overleggroep Kleine Dorpen in Drenthe karakteriseerde regionale identiteit als een 'dynamisch en ongrijpbaar containerbegrip' dat moeilijk objectief te duiden is, mede omdat iedereen er zijn eigen invulling aan geeft. Daarom pleitte hij ervoor om het begrip niet verkrampd te hanteren maar creatief en intuïtief, als bron van inspiratie. Elerie: 'Regionale identiteit kan mensen motiveren, inspireren en hechten aan hun leefomgeving'.

#### Funderingen voor identiteiten

De conferentie maakte echter duidelijk dat 'fundament' - ondanks de associatie met fundamentalisme - toch ook een geschikte metafoor kan zijn voor duiding van de meerwaarde van regionale identiteit voor plattelandsontwikkeling. 'Fundament' roept immers ook associaties op met funderingen van bouwwerken die pas na enig (archeologisch) graafwerk zichtbaar en herkenbaar worden. En we hoeven maar te denken aan de funderingen van het oude Rome of, dichterbij huis, van de

Noord-Nederlandse terpen om te weten dat dergelijke grondvesten veelvuldig en met liefde worden gebruikt om een geografisch gebonden identiteit 'op te bouwen'.

'Fundament' biedt daardoor ook ruimte voor de door Elerie gesignaleerde veranderlijkheid van regionale identiteit in ruimte en tijd. Omdat het om metaforische constructies gaat, kan elke generatie immers een nieuwe en 'eigen' regionale identiteit bouwen op oude fundamenteën. En de oude fundamenteën bieden zelf ook ruimte voor flexibele interpretatie. Huisterpen groeiden in de loop der tijd geleidelijk aan elkaar tot dorpsterpen en iedere nederzetting slaagde in de aanknopingspunten voor identiteitsvorming.

## INHOUD

- ▶ **'Regionale identiteit' een rekbaar maar sterk begrip**  
1e deel van het verslag 1
- ▶ **Instrumenten om regionale identiteit te versterken**  
2e deel van het verslag 2
- Hoe komen we van A naar B?**  
Afsluiting door Mathieu Wagemans 5
- ▶ **Feedback op de najaarsconferentie** 6
- ▶ **Noabers, duinboeren en zompenschippers**  
Tijdens de conferentie gepubliceerd boekje over regionale identiteit 6

## Van boer tot plattelandsondernemer

Op de tweede conferentiedag gaf Jan Huigen een sprekend voorbeeld van een flexibel gebruik van de interpretatieruimte die de gelaagdheid van de geschiedenis biedt. Op basis van zijn persoonlijke ervaringen als eigenaar van de multifunctionele Eemlandhoeve gaf Huijgen een workshop over het proces van identiteitsvorming van boer tot plattelandsondernemer. Tijdens zijn presentatie vertelde hij over de reactie van zijn leerlingen op de Agrarische Hogeschool in Dronten – les geven is een van zijn vele nevenactiviteiten – op zijn pleidooi voor adoptie van de term 'plattelandsondernemer' als alternatief voor 'boer'. 'Het opent de geest voor nieuwe product-marktcombinaties waarmee latente markten ontwikkeld kunnen worden', zo hield Huijgen zijn gehoor voor.

'Maar dan zijn we geen boer meer', was de reactie van zijn leerlingen. Huijgen: 'Dat is afhankelijk van je referentiebeeld. Als boerenzoon identificeer ik me niet zozeer met mijn vader die door de modernisering en ruilverkaveling al het werk op één land kon doen. Als boer was hij een geïsoleerde figuur geworden die kon produceren zonder ontmoetingen met mensen uit de gemeenschap. Als dat jullie referentie is voor het boer-zijn dan levert dat een sterk verengd beeld op. Ik identificeer me liever met mijn opa, die als boer veel meer nevenactiviteiten had. Als



Dagvoorzitter van de conferentie Anita Meijer, LEADER coördinator Kop van Noord Holland en Texel

melkveehouder verkocht hij niet alleen melk, maar genereerde hij ook inkomsten uit de boomgaard, de kaasmakerij en de vleesverkoop. Bovendien vervulde zijn bedrijf een zorgfunctie; het was een plaats waar de dorpsgekken terecht konden om rust te vinden, onder meer door eenvoudige hand- en spandiensten te verrichten. In die zin was mijn opa veel meer boerenondernemer dan mijn vader was.'

### Persoonlijke ontboezemingen

Dat mensen graag een deel van hun identiteit opbouwen op regionale grondvesten kwam onder meer naar voren uit de vele persoonlijke ontboezemingen van sprekers naar aanleiding van het conferentiethema. Zo refereerde Chris Kalden aan zijn 'vormende jaren' in het rivierengebied rond zijn geboorteplaats Culemborg. Met nauwelijks verholten nostalgie herinnerde de directeur-generaal van het ministerie van LNV zich 'het gras,

het water, de knotwilgen, de dijken, de uiterwaarden en natuurlijk de rivieren' uit zijn geboortestreek.

Arie van den Brand, voorzitter van Biologica, vertelde in zijn toespraak verontwaardigd over het 'magnetronvoedsel' dat zijn grootmoeder in het verzorgingshuis te eten krijgt. 'We geven de slechtste kwaliteit voedsel aan onze kwetsbaarste groepen. De maaltijd is voor veel oude mensen een van de laatste geneugten des levens waar ze iedere dag naar uitkijken. Om juist die mensen zulk geprefabriceerd fabrieksvoedsel voor te schotelen; het is een schande. En het is ook een gemiste kans, want juist de gelegenheden waar mensen collectief voedsel consumeren – verzorgingshuizen, ziekenhuizen, bedrijfsrestaurants, etcetera – bieden in principe uitstekende mogelijkheden om mensen op grote schaal kennis te laten maken met voedsel uit de eigen omgeving.'

### Voedsel en verzet

Het betoog van Van den Brand vestigde de aandacht op twee belangrijke fundamenten voor regionale identiteitsvorming: voedsel uit de streek en verzet tegen de algehele vervlakking die gepaard gaat met de dominante globalisering. Uit verzet tegen het 'voortgaande proces van McDonaldisering' pleitte Van den Brand voor ontwikkeling van de smaak om mensen ook te leren genieten van streekproducten die vaak moeilijker smaken hebben. 'Naast het zout en zoet van de McDonald's in deze wereld

## Instrumenten om regionale identiteit te versterken

'In geluk kun je niet wonen.' De conferentie bracht deze gevleugelde woorden van wijlen Jan Schaefer in herinnering. Want, hoe waardevol ook, boeiende gesprekken en verhalen over regionale identiteit zijn op zichzelf niet voldoende om een duurzame regionale ontwikkeling veilig te stellen. Daar is meer voor nodig. Op basis van dit breed gedeelde inzicht werden op de conferentie diverse instrumenten besproken waarmee regionale identiteitsvorming en regionale ontwikkeling gestimuleerd en versterkt kunnen worden. Hieronder wordt een drietal instrumenten uitgelicht: financiën, moderne media en kunst en cultuur.

### Financiën voor waardevolle gebouwen en landschapselementen

Jos Teeuwisse introduceerde een nieuw fonds voor behoud en ontwikkeling van agrarisch erfgoed onder de naam 'Boerderij en Landschap'. Dit gezamenlijk initiatief van het Nationaal Restauratiefonds en het Nationaal Groenfonds is geboren vanuit de zorg over het Nederlands cultuurlandschap en de bijbehorende, historische boerderijen en gebouwen. Het vigerende

landschapsbeleid van het rijk op dit terrein komt onvoldoende van de grond, mede omdat er onvoldoende (financiële) middelen voor worden uitgetrokken. En omdat ook de bestaande landschapsorganisaties deze beleidshiaat tot dusver niet hebben opgevuld, is Boerderij en Landschap opgericht. Dit nieuwe landschapsfonds heeft de ambitie om 'binnen vijftien jaar 1000 historische boerderijen aan te kopen en te herontwikkelen'. Daarnaast hebben de initiatiefnemers zich ten doel gesteld om 'aan 25.000 hectare grond streekeigen landschapselementen toe te voegen'.

### Moderne media van en voor de lokale bevolking

De workshop over de Appalshop liet zien wat de positieve en negatieve impacts kunnen zijn van moderne media op de streekidentiteit. Appalshop is een cultureel mediacentrum dat is gevestigd in Whitesburg, Kentucky, midden in het Appalachengebergte in de Verenigde Staten. Het centrum werd opgericht in 1969 na een historisch bezoek van Robert F. Kennedy aan Oost-Kentucky. Kentucky trok in die tijd veel aandacht, omdat het de armste regio van de VS was en vooral omdat er ook 'blanke

armoede' bestond. In het kader van president Johnson's 'War on Poverty' kregen de initiatiefnemers een subsidie voor het geven van filmtrainingen aan lokale jongeren om ze langs deze weg een kans te geven op een baan in de filmindustrie.

De eerste films gaven gelijk vorm en inhoud aan een belangrijk leidmotief in de Appalshopfilosofie: 'Focus op het verhaal dat je zelf wil vertellen'. De eerste jonge mensen die de training hadden gevolgd, bleken vooral te willen vertellen over de tradities en verhalen van hun voorouders uit de streek. Dat was erg controversieel. Het Appalachengebergte stond destijds bekend als een 'meelijwekkend gebied' waaruit je, als je ambities had om verder te komen, maar het beste zo snel mogelijk kon vertrekken.

Ondanks alle weerstand kregen de jonge filmmakers toch erkenning voor hun inspanningen om de cultuur en geschiedenis van de bergbewoners zonder opsmuk in beeld te brengen. Hun films voorzagen daarmee in een latente behoefte aan authentieke streekverhalen en aan een krachtig tegenwicht tegen de stereotiepe verslaggeving van de grote televisiestations.

(lees verder op blz. 4)



moeten wij en onze kinderen ook leren genieten van bitter en zuur', aldus Van den Brand die een grote uitdaging ziet weggelegd in het leggen van verbanden tussen smaak, streekproducten en duurzame regionale ontwikkeling. Hij benadrukte daarbij dat lokale producten niet alleen bedoeld zijn voor nichemarkten. 'Door het gebruik van de term "niche" houden we de streekproducten klein. Dat is nergens voor nodig. We hebben het hier over een professionele productie waarmee volwassen markten bediend kunnen worden.'

De door Van den Brand geschetste uitdaging is in Oostenrijk opgepakt onder de vlag van het 'Culinarium Europa'. Dit transnationale LEADER-project werd in een conferentieworkshop toegelicht door de voorzitter van de projectvereniging 'Culinarium Österreich', Reinhard Lechner en LEADER-coördinator Peter Laan. Om de culturele en natuurlijke rijkdommen in de Europese regio's te behouden en te versterken willen de initiatiefnemers in verschillende landen culinaire regio's ontwikkelen en deze aan elkaar verbinden.

De beoogde strategie werd toegelicht aan de hand van de 'KäseStrasse Bregenzerwald', een Oostenrijkse organisatie van 200 ondernemers uit onder meer de landbouw-, horeca- en toeristensector. Deze alliantie van lokale ondernemers heeft met succes diverse regionale producten en diensten ontwikkeld, uiteenlopend van nieuwe streekkazen tot toeristische routes en excursies langs de Alpenweides en lokale boerderijen en restaurants. De idee is nu dat het Oostenrijkse succes kan worden bestendigd en uitgebreid door ontwikkeling van nationale en internationale markten voor culinaire producten en diensten uit Europese regio's. Om de voor dat doel benodigde kennis en (financiële) middelen bij elkaar te brengen, willen de initiatiefnemers een transnationaal netwerk van professionele organisaties voor rurale marketing opbouwen.

Internationale samenwerking als hefboom voor regionale identiteitsvorming en ontwikkeling; het is een van de vele paradoxen die de conferentie zo boeiend maakte. Want regionale identiteit mag dan een sterk fundament zijn voor regionale ontwikkeling, ze blijft kwetsbaar voor de egaliserende wals van de globalisering.



Leader werd internationaal vertegenwoordigd door Arne Thomson coördinator van het Deense netwerk hier in gesprek met Vanessa Hallhead onderzoekster uit Schotland.



## Tussen oud en nieuw

Er was eens een café-eigenaar die in de binnenstad van Zwolle een oud pand had gekocht. Hij wilde zogenaamd 'kelderbier' gaan verkopen. Voor de opslag van dat bier moesten twee grote tanks in zijn kelder worden geplaatst. Bij nadere inspectie ontdekte hij in de keldervloer een oud putje dat naar zijn inschatting historische waarde had vanwege de lokale nijverheid in het roemrijke verleden van de Zwolse binnenstad. De ondernemer vreesde onmiddellijk voor zijn mooie plannetje. In zijn doem-scenario zouden de stadsarcheologen een hekje om het putje plaatsen, waardoor de tanks niet geplaatst konden worden en het café niet op tijd open kon gaan. Hij besloot de vondst niet te melden en het putje te verbergen onder een cementen dekvloer. Putje gezien, vloertje dicht.

Deze anekdote kwam naar voren tijdens de workshop over 'Cultuurhistorie als aanjager van sociaal-economische ontwikkeling' onder leiding van Gaston Remmers van Bureau Buitenkans. Het verhaal schetst een veel voorkomend dilemma dat mogelijk kan worden opgelost door de wederzijdse meerwaarden van Belvedere en LEADER+ te benutten. Het gaat om het traditionele dilemma tussen enerzijds de behoefte aan bescherming van cultuurhistorisch waardevolle gebouwen en landschapselementen en anderzijds de behoefte aan ontwikkeling van de ruimte voor de toekomst. Onder het motto 'Behoud door ontwikkeling' wil Belvedere dit dilemma doorbreken door een bewuste wisselwerking tussen ruimtelijke ordening en cultuur-geschiedenis te creëren en te versterken. LEADER+ kan daarbij helpen door perspectieven te creëren voor kleine, prille en kwetsbare initiatieven en sociaal-economische ontwikkeling.

Herwaardering van identiteit staat centraal bij beide benaderingen. Daarbij stuurt Belvedere dus op een koppeling tussen top-down en bottom-up, terwijl LEADER+ meer de nadruk legt op een bottom-up-proces.

Remmers legt uit hoe een creatieve integratie van deze benaderingswijzen het dilemma rond het café in de binnenstad van Zwolle had kunnen doorbreken. 'Wanneer je de Belvederebenadering volgt, ga je er niet vanuit dat je per se een hek nodig hebt om de cultuurhistorie te beschermen. Dat is de traditionele benadering waarbij cultuurhistorisch waardevolle elementen worden beschouwd als heilige grond waar je niet aan mag komen. Bij een gecombineerde toepassing van de Belvedere- en LEADER-benadering zou er bijvoorbeeld contact worden gezocht met de café-eigenaar om samen met hem te kijken naar de ontwikkelingsmogelijkheden die zijn vondst biedt. Wellicht had hij het putje kunnen uitbaten door het onderdeel te maken van een historische wandelroute door de binnenstad waarmee hij nieuwe klanten kan trekken. Even afgezien van de concrete mogelijkheden in deze specifieke situatie gaat het erom dat de professionals – in deze de stads-archeologen en betrokken gemeenteambtenaren – proberen mee te denken vanuit het perspectief van de ondernemer en vice versa.'

Mede dankzij de vertoning van het beeldmateriaal in lokale scholen en dorpshuizen droegen de eerste Appalshopfilms bij aan de ontwikkeling van een zekere trots onder de lokale bevolking op het culturele erfgoed van de Appalachen. Later werden de Appalshopmedia ook succesvol ingezet ter ondersteuning van gemeenschapsacties tegen sociale onrechtvaardigheid en milieudegradatie. Appalshopbeelden waren bijvoorbeeld een belangrijke succesfactor in de strijd die de bergbewoners jarenlang hebben gevoerd tegen de landschapsvernietiging en het misbruik van grondrechten door grote mijnbouwbedrijven.

Zo is de Appalshop in zijn 35-jarig bestaan geleidelijk aan uitgegroeid tot een multifunctioneel mediacentrum van en voor de lokale bevolking. Als de inwoners de geluids- en beeld dragers zijn van de cultuur en identiteit van de bewoners van het Appalachengebergte dan verschaft Appalshop de know-how en apparatuur om de authentieke geluiden en beelden uit de regio te versterken en een groter bereik te geven. Het voornemen bestaat om dit jaar documentaires te laten maken over Nederlandse Leadergebieden volgens de 'Appalshopmethode'. Voor het nieuwe jaar is dat een goed voornemen dat nu al nieuwsgierig maakt naar de resultaten.

### Kansen met Kunst en Cultuurevenementen

'Het is zo makkelijk om te zeggen: een moderne windmolen is niet mooi, of een nieuwe schuur staat niet in het landschap. Misschien vinden we ze over 100 jaar wel weer mooi.' Jaap Verseput, een akkerbouwer uit het Zeeuwse Zonnemaire heeft een passie voor beeldende kunst en cultuur in een plattelandsomgeving. Tijdens zijn workshop liet hij zien hoe hij gestalte geeft aan zijn passie aan de hand van videobeelden van een veelheid van kunstprojecten. Die leveren hem meer op dan de gewassen die hij teelt. 'Uien bijvoorbeeld leveren momenteel maar 1 eurocent de kilo op! Dan zeg ik: laat die uien maar zitten.'

In 1995 is Verseput gestart op een

zondagmiddag op zijn boerderij met een muziek- en theaterfestival. Het doel was om goede muziek – wereldmuziek en jazz – en theater dichtbij huis te halen. Normaliter moeten de Zeeuwse plattelandsbewoners daarvoor naar Rotterdam. Verseput: 'Het sloeg enorm aan, we kregen 1100 tot 1200 bezoekers. Toen heb ik een Stichting opgericht, *Zonnemaire Buitengewoon*, waarmee we acht jaar lang festivals hebben georganiseerd. Later hebben kunstenaars kunstroutes uitgezet op mijn boerderij en in de naaste omgeving. "Animal Farm" is daar een voorbeeld van, een route dwars door het land, door de tarwe en de suikerbieten. In het project "*Picknick en Platte Ruimte – Kunst voor mensen*" op Schouwen-Duiveland maakten kunstenaars installaties waarmee bewoners en toeristen op een aparte manier het landschap konden beleven. Je kon bijvoorbeeld een plateau van zo'n drie meter hoog beklimmen met een touwladder. Er was een fauteuil van twee meter, gemaakt van strobalen, zodat je uit de wind kon genieten van het landschap. Vanuit ingegraven zitplekken kon je het land zien door de ogen van een veldmuis. En er waren billboards in het landschap geplaatst.'

In 2004 organiseerde de stichting het filmproject '*Not only for food*'. Verseput: 'Jaap Broodman, de LEADER-coördinator in Zeeland, suggereerde om hier een internationaal project van te maken en nu werk ik samen met het LEADER+-gebied North West Devon. We hebben langs de polderweg van mijn boerderij acht schermen neergezet met acht beamers die filmpjes van het platteland vertonen. Een aantal filmmakers kwam uit Engeland. Het platteland wordt altijd wel leuk gebruikt voor films, maar vervolgens gaat alles naar de stad. Nu moesten ze een film maken over het platteland voor het platteland. De films zijn 's nachts vertoond op 14 augustus 2004. LEADER+ was een belangrijke financier vooral ook omdat het een internationaal project was. Ik heb nog steeds contact met de Engelsen, we willen meer dingen samen gaan doen. Zo ben ik een beetje bezig.'



Foto: Martinus van Dijke

Kunst en cultuur van Stichting Zonnemaire in Zeeland

### To be or not to be? (Shakespeare)

Zijn of niet zijn? Doen of niet doen? Dat zijn oude existentiële vragen waar veel managers, beleidsmakers en bestuurders momenteel mee worstelen. In zijn fortboerderij 'Dijkzicht' in het Noord-Hollandse Aalsmeerderbrug biedt plattelandsondernemer Paul Bos ze een mat om op te worstelen. Onder het genot van een heerlijk streekdiner kan Bos smakelijk vertellen over zijn ervaringen met het trainen en coachen van de managers, bestuurders en beleidsmakers die bij hem graag komen worstelen met wezenlijke vragen over zijn of niet-zijn en doen en laten in het moderne bestuur van onderneming, volk en vaderland.

### To do or not to do? (Sartre)

Bos: 'Laatst gaf ik een training aan een groep managers die hun eigen managementstijl wilden veranderen. Ik gaf ze de opdracht om de kudde schapen van mijn bedrijf te helpen de snelweg over te steken. Er volgde meteen een druk overleg. Ze maakten grote en ingewikkelde plannen. "Gelukkig zijn we met zijn twaalfen" zeiden ze tegen elkaar. "Dan kunnen we met zijn tien en een corridor maken, terwijl de overige twee het verkeer tegenhouden. Hé Paul, heb je misschien verplaatsbare hekken?" Nadat ik ze zo een tijdje had laten gaan, vertelde ik ze dat ik de schapen altijd alleen laat oversteken. Ik loop naar de snelweg, wacht even tot het rustig is en zet dan het hek open, de rest gaat vanzelf. De auto's stoppen vanzelf; sommige automobilisten stappen zelfs uit om een handje te helpen. De schapen lopen ook vanzelf, want die zien het lekkere gras aan de overkant.'

### Do be do be do (Sinatra)

Bos toont graag de meerwaarde van het 'even-achterover-leunen'. Dat is voor veel moderne managers en bestuurders geen sinecure, zo bleek uit de reacties van de managers op de opdracht van Bos. Ook bij de overheid behoort de non-interventie nog niet tot de Pavlov-reacties van de beleidsmakers. Bos: 'Niet zo lang geleden kreeg ik bezoek van ambtenaren van het ministerie van LNV waar ze op dit moment een omslag proberen te maken in het denken van het oude "zorgen voor" naar "zorgen dat". Ik gaf ze een rondleiding en vertelde daarbij het een en ander over de nieuwe product-marktcombinaties die ik op mijn bedrijf tot ontwikkeling probeer te brengen. Na afloop kwam een van de ambtenaren naar me toe. Hij zei tegen me: "Echt geweldig wat je hier allemaal doet. Maar vertel me: wat kunnen wij nou doen om jou te faciliteren?" Ik zei tegen hem: "Misschien kun je eens een tijdje niks doen?'



# Hoe komen we van A naar B?

'Respect voor regionale identiteit vinden we allemaal belangrijk, maar het is niet vanzelfsprekend. Uit meerdere workshops en presentaties kwam naar voren dat er vaak respectloos mee wordt omgegaan.' Met deze observatie opende Mathieu Wagemans zijn presentatie over de betekenis van de najaarsconferentie van het LEADER-netwerk Nederland. Als stafmedewerker van het Innovatienetwerk Groene Ruimte en Agrocluster was Wagemans uitgenodigd om de conferentie af te sluiten met enige reflecties over het besprokene in het licht van de plattelandsvernieuwing die het Innovatienetwerk probeert te stimuleren.

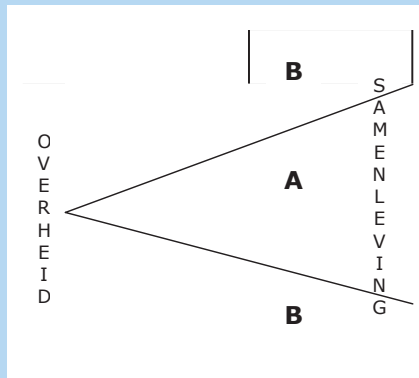
Wagemans hield een gloedvol betoog aan de hand van de trefwoorden *Respect, Inspiratie, Cohesie en Lef*. 'Regionale identiteit is een containerbegrip waarbij de verleiding groot is om het wetenschappelijk te gaan definiëren. Maar als je dat doet, dan gaan er waarden die mensen aan het begrip verbinden verloren. En dat is nou net niet de bedoeling, want waarden inspireren. De waarden die mensen verbinden aan hun regionale identiteit kunnen hen bijvoorbeeld inspireren tot het nemen van nieuwe verantwoordelijkheid voor de eigen leefomgeving.'

'Kan de overheid dergelijke waarden regelen?' vroeg Wagemans zich hardop af om de vraag vervolgens ontkennend te beantwoorden. 'De verhouding van de overheid tot regionale identiteit is per definitie problematisch. Modern overheidsbeleid fungeert immers als grote gelijkmaker, vooral als gevolg van het streven naar een gelijke behandeling van alle burgers. Gelijke behandeling kan namelijk niet worden gegarandeerd zonder harmonisatie van regionaal verschillende wetten en regels. En voor die harmonisatie zijn definities nodig die noodzakelijkerwijs voorbijgaan aan allerlei regionale bijzonderheden; langs deze weg erodeert regionale identiteit dus tot een betekenisloos begrip.'

Wagemans lichtte de werking van dit mechanisme toe met behulp van nevenstaande illustratie. 'Officiële teksten van wetten en regelingen van de overheid beginnen vaak met de zinsnede: "In de zin van deze regeling wordt verstaan", waarna vervolgens de veelvormige werkelijkheid met veel gevoel voor detail en nuance wordt gedefinieerd en afgebakend. Het formele perspectief van de betreffende wet of regeling wordt daarbij verengd tot het gedefinieerde deel A van de werkelijkheid. De overheid heeft hierdoor per definitie moeite met alles wat daarbuiten is of gebeurt in de B-delen. Zo ontstaat een overheid die alleen belangstelling heeft voor zichzelf en die niet ontvankelijk is voor maatschappelijke ontwikkelingen in de B-gebieden die buiten dit formele perspectief vallen. Veranderingen worden vooral gezocht in

herschikkingen binnen het formele perspectief.'

Dit mechanisme vormt volgens Wagemans momenteel een grote belemmering voor de gewenste transitie naar een duurzame landbouw en plattelandsontwikkeling. 'Want juist in de B-gebieden, die conflicteren met het formele perspectief, vind je meestal de grootste beweging en inspiratie voor de noodzakelijke, structurele veranderingen. Je kunt de kwaliteit van het eten toch ook niet verbeteren door alleen de tafelschikking te veranderen?'



## Sociale cohesie en lef

In de B-gebieden van de samenleving zoekt Wagemans niet alleen naar beweging en inspiratie, maar ook naar sociale cohesie en lef. 'Onder invloed van de globalisering en individualisering zijn veel lokale en regionale sociale relaties in de loop der tijd vervangen door anonieme, nationale of internationale relaties op basis van formele bevoegdheden en efficiency. Maar formele bevoegdheden en efficiency zijn zwakke bindmiddelen voor sociale cohesie. In het project van *Boerderij tot Buurderij* wil het Innovatienetwerk de sociale cohesie daarom weer versterken



Afsluiting Mathieu Wagemans

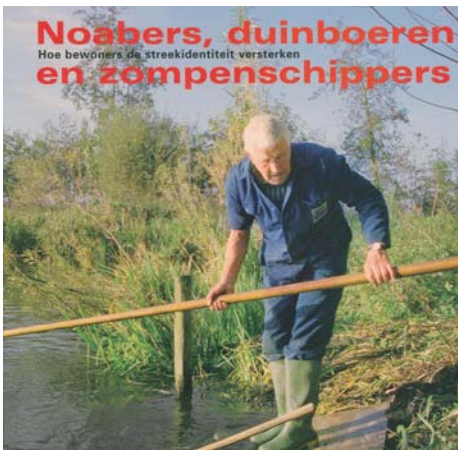
door voort te bouwen op regionale waarden als basis voor de verantwoordelijkheid van burgers voor hun eigen leefomgeving.'

Wagemans: 'Om samenwerking en wederkerigheid tussen belanghebbenden in de streek weer te faciliteren en te stimuleren, zoeken we naar nieuwe vormen van collectief eigendom, beheer en profijt. Voor dergelijke systeeminnovaties is lef en gedrevenheid nodig. We vertrouwen er niet meer op dat de organisaties van eergisteren een dergelijke omslag kunnen maken. Daarom bouwen we nieuwe coalities in oude organisatievormen zoals de coöperatie of het buurtschap. Daarbij doen zich twee valkuilen voor. De eerste is dat je iedereen erbij probeert te betrekken. Dan is de kans groot dat je een reproductie van het verleden krijgt. De tweede valkuil vloeit voort uit de vraag naar de haalbaarheid. Dit soort vernieuwingen zijn per definitie niet haalbaar binnen het bestaande systeem. Daarom respecteren we het oude systeem wel, maar we vertrouwen de vernieuwingen er niet aan toe. Om vernieuwingen te realiseren, creëren we liever een bypass om het oude systeem heen.'

Dit verslag is geschreven door Marc Buiters, FeedBack Consultancy, e-mail: [marc66@xs4all.nl](mailto:marc66@xs4all.nl)



2 dagen van netwerken en uitwisseling



## Noabers, duinboeren en zompenschippers

Op de afgelopen LEADER+ conferentie van 11 en 12 december is met gepaste trots een nieuwe publicatie gepresenteerd: 'Noabers, duinboeren en zompenschippers'. Dit boekje over streekidentiteit past helemaal bij het thema *regionale identiteit* van de conferentie. Want wat maakt een streek tot uw of mijn streek? Is het onze verbondenheid met het landschap, met de streektaal of met het culturele erfgoed? Of toch vooral met de mensen die samen een streek ontwikkelen en herkenbaar maken? Uit de verhalen in dit boekje blijkt dat veel bewoners werken vanuit hart voor de streek en ondernemingszin. Vanuit deze intentie starten zij projecten op voor leefbaarheid en de eigen portemonnee.

De projecten zijn aangedragen door Leadercoördinatoren en vormen een inspiratiebron voor plattelandsontwikkeling. Het boekje is te bestellen bij het leadernetwerk, via de website [www.netwerkplatteland.nl](http://www.netwerkplatteland.nl) of via [info@netwerkplatteland.nl](mailto:info@netwerkplatteland.nl), en kost €12,50 incl. BTW en verzendkosten.



## Volgende netwerkbuletin

Als altijd moesten bij het samenstellen van bovenstaande publicatie keuzes worden gemaakt. In een volgend netwerkbuletin willen we graag nog meer projecten, die niet in het boekje beschreven zijn, aan een breder publiek laten zien. Op de conferentie bleek wel dat veel mensen de verhalen uit de praktijk zeer kunnen waarderen. Daar komen we natuurlijk graag aan tegemoet.



## Feedback op de najaars-conferentie

Het netwerkteam kijkt terug op een zeer plezierige, geslaagde conferentie. Het thema *Regionale identiteit, fundament voor plattelandsontwikkeling* bleek een uitdaging! De ontmoeting van ruim tweehonderd 'Leaders' was een vruchtbare aangelegenheid.

Het gepresenteerde programma was flink vol. Na inleidende voordrachten van dagvoorzitter Anita Meijer (Leader Coördinator Kop van Noord Holland en Texel), Chris Kalden (Secretaris Generaal van het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit) en Hans Elerie (Directeur Brede Overleggroep Kleine Dorpen in Drenthe) waren er op de eerste dag meteen al drie workshoprondes. Het thema van deze eerste dag, *Couleur locale als kracht voor ontwikkeling*, leverde een gevarieerd aanbod aan workshops op. Onderwerpen liepen uiteen van 'Kansen met kunst en cultuur-evenementen' via 'Landschappelijke architectuur' naar 'De helende werking van het platteland'. Het was duidelijk dat er naast aandacht voor cultuurhistorische aspecten als inspiratie van de regionale identiteit, ook oog was voor andere aspecten die het gezicht van een regio bepalen.

De tweede dag (*Het platteland smaakt naar meer*) was er weer meer dan genoeg te doen. Er waren de dag twee workshoprondes, met als thema's ondermeer 'Empowerment as fundament for branding', 'Culunarium Europaeum' en 'Stad te land'. Deze tweede dag gaf tot veler genoegen meer ruimte voor een bezoek aan de uitgebreide projectenmarkt, waar de mensen flink uitgedapt hadden. Op de projectenmarkt kreeg de beoogde ontmoeting gestalte: het was erg boeiend met beeld en geluid te zien wat verschillende LEADER-projecten in de praktijk allemaal kunnen omvatten. Tussen alle inspanningen door was er gelukkig wat tijd voor ontspanning: Blooming verzorgde, geheel in de lijn van het thema van het congres, een heerlijk diner gemaakt met allerhande streekproducten. Later op de avond, toen men van de maaltijd bekomen was, kwamen onder leiding van Mireille Korterik voeten en buiken in beweging. Al met al een bruisend geheel!

Het netwerkteam heeft middels de

evaluatieformulieren veel feedback gekregen. Tijdens de conferentie was de indruk al ontstaan dat er enthousiast werd geparticipeerd en uitgewisseld. Uit de evaluatie-enquête bleek dat de overgrote meerderheid van de bezoekers het aangeboden programma als goed of zelfs zeer goed beoordeelde. Leuk was de ontmoeting tussen zoveel mensen uit zoveel verschillende gebieden en vooral ook zulke verschillende achtergronden. Mensen gaven aan het erg te waarderen eens te zien en horen wat er in andere LEADER-gebieden in Nederland gebeurt. De verschillende bijdragen, uit binnen- en buitenland waren zeer inspirerend, en het was erg stimulerend zoveel geestdrift en betrokkenheid bij de deelnemers te zien.

Kritiek was er ook. Verschillende bezoekers vonden de conferentie net te vol. Ze hadden gehoopt wat meer tijd voor de projectenmarkt en onderlinge uitwisseling te hebben. Er was te weinig ruimte voor bezinking en bezinning. Daarnaast vonden mensen sommige workshops wat weinig interactief, en sloten niet alle presentaties in even grote mate aan bij de eigen praktijk.

Het netwerkteam neemt de uitkomsten van de evaluatie mee bij de opvolging van deze conferentie, en vooral bij de organisatie van een volgende bijeenkomst. Het platteland, en ook de ontmoeting tussen plattelanders, smaakt naar meer.

Het netwerkteam



**NETWERK  
BULETIN**

Nummer 14

Het Netwerkbuletin informeert over activiteiten van het netwerk en wil reflectie over plattelandsontwikkeling bevorderen.

Het **netwerkbuletin** verschijnt gemiddeld eens per 6 weken en wordt gemaakt door het netwerkteam.

Netwerk Plattelandsontwikkeling  
Kastanjelaan 5  
Postbus 64,  
3830 AB Leusden.  
T: 033 43 26 090.  
E: [info@netwerkplatteland.nl](mailto:info@netwerkplatteland.nl)  
I: [www.netwerkplatteland.nl](http://www.netwerkplatteland.nl)