



Smederij Schatten van Brabant “Het Groene Woud” ‘Maak de identiteit zichtbaar’

Nieuwe combinaties van cultuur en natuur bieden mogelijkheden om het Nationaal Landschap Het Groene Woud, gelegen in de driehoek 's-Hertogenbosch, Eindhoven en Tilburg, verder te profileren. Aanleiding genoeg dus voor de Provincie Noord-Brabant om in het kader van Schatten van Brabant een ‘Smederij’ te organiseren. Op woensdag 15 oktober ontmoetten bestuurders en professionals uit beide sectoren elkaar op Landgoed Velder in Liempde.

Op het landgoed vormde het festivalterrein van Circus Circolo het decor voor de netwerkbijeenkomst. Zo'n zestig deelnemers verzamelden zich in een van de tenten op het terrein. De bijeenkomst maakte de naam ‘smederij’ in meerdere betekenissen waar. Aan de ene kant ging het om het aaneensmeden van initiatieven en ontwikkelingen in de regio: het provinciale programma Schatten van Brabant, BrabantStad Culturele Hoofdstad 2018 en de profilering van Het Groene Woud. Daarnaast dachten de deelnemers onder begeleiding van dagvoorzitter Geurt Grosfeld na over mogelijkheden om verbindingen te maken tussen het verleden en het heden én tussen de stad en het platteland. Tot slot werd een eerste aanzet gedaan om te komen tot het smeden van concrete plannen voor activiteiten in dit kader.

Product-markt-combinaties

Na de opening door de directeur van het circusfestival Wim Claessen en Frans van Dooremalen, directeur van de sector Sociaal en Culturele Ontwikkeling van de Provincie Noord-Brabant verzorgden twee sprekers inspirerende inleidingen. Stedebouwkundige en hoogleraar prof. dr. ir. Luuk Boelens ging in op de vraag wat Brabant ‘te koop’ heeft, welke trends er in de samenleving spelen en hoe je die twee gegevens vervolgens kunt samenbrengen in kansrijke product-markt-combinaties. Boelens noemde als kenmerken van Brabant onder andere de aanwezigheid van ‘groene kamers’, de netwerken van dorpen, de menselijke maat en het katholicisme. Brabant heeft daarnaast veel innovatiekracht, niet alleen op het gebied van technologie, maar ook bijvoorbeeld in de sport. Er is een lange historie van maakindustrie die nog altijd zichtbaar is. De toeristische voorzieningen richten zich veelal op het gezin. De voor de provincie relevante trends van dit moment zijn de groei van de kenniseconomie, de vergrijzing en het feit dat senioren een interessante nieuwe economie op gang brengen, wellness en bezinning, duurzaamheid, multimedia en dan met name de games-industrie en de combinatie van retail en entertainment. Dat laatste zie je bijvoorbeeld terug in de ontwikkeling dat steeds meer bedrijven hun productieproces openstellen voor het publiek als vorm van entertainment.

Geen metropool

Het bureau van Boelens vertaalde een en ander al in nieuwe concepten, zoals ‘Erven voor ontwikkeling’. Met onder andere Philips en ASML wordt onderzocht wat je kunt



doen met huisvesting van kennisexpats in het landelijke gebied, vanuit de wetenschap dat deze bèta-professionals de rust van het platteland op prijs stellen. Gekeken wordt naar combinaties van wonen en werken vanuit boerderijen. Bij een ander project wordt bekeken hoe je de Brabantse kloosters een nieuwe, duurzame toekomst geeft. Te denken valt aan conferentie-oorden, waarbij de kloosterlingen ook een inhoudelijke bijdrage leveren aan de programma's of aan oorden waar men kan herstellen na een medische ingreep. Volgens Boelens gaat het erom de structuur te behouden en de cultuur te versterken. Dat moet je niet doen vanuit ivoren torens, maar door in gesprek te gaan met degenen die mogelijk willen financieren en investeren, zoals de lokale ondernemers. Zijn concluderende advies richting het Groene Woud: sluit aan bij wat er is aan identiteit en structuren en doe je vooral niet anders voor. Met die laatste opmerking gaf Boelens een serieuze waarschuwing af aan BrabantStad. "Het is geen metropool en zal dat ook niet worden. Kansen liggen eerder in nieuwe interpretaties ten aanzien van de sociale netwerken ('ons kent ons') en de maakindustrie als kenmerken van de identiteit van de regio".

Op het spoor zetten

In de tweede inleiding ging Liesbeth Jans van de Noord-Brabantse Kunst Stichting (NBKS) in op mogelijkheden om kunst en cultuur in het landschap een betekenisgevende rol te geven. Jans gaf een aantal voorbeelden van grootschalige projecten die in het kader van de reconstructie en de revitalisering van het platteland zijn gerealiseerd. Zo kreeg het bos van boswachterij Dorst de functie van een stadspark, waarbij landschappelijke kunstobjecten een integraal onderdeel uitmaken van het geheel. Voorbeelden: een uitkijkpost op maaiveldniveau, een duiventoren en een vleermuizenkelder. Landschapskunst moet volgens Jans aansluiten bij de identiteit en geschiedenis van het landschap. Ook daar zijn al goede voorbeelden van, zoals aan de A50. Ter hoogte van Son en Sint-Oedenrode is een benzinstation, waar een plek wordt gerealiseerd waar ook mensen kunnen bijtanken. Op het terrein komen beelden van gestileerde adelaars die verwijzen naar operatie Market Garden tijdens de Tweede Wereldoorlog. Onderzoek naar de historie van een plek kan als inspiratiebron dienen voor de kunstenaar. Voor het publiek kun je een stukje cultuurhistorie zichtbaar maken, waardoor een plek meer betekenis krijgt. Kanttekening vanuit de zaal: erfoed moet je dynamisch interpreteren; er komt elke dag een stukje geschiedenis bij, dus moet je goed nadenken over het verhaal dat je wilt vertellen. Als je de uitvoering van de kunstwerken integreert in de werkzaamheden die je toch al moet doen om het landschap vorm te geven, kunnen de kosten beperkt blijven. Bij dit soort grootschalige projecten zijn veel partijen betrokken. Ze praten allemaal vanuit hun eigen taken en belangen, in hun eigen taal. Overleg kost dus tijd, veel tijd, maar volgens Jans ontstaat er meestal veel enthousiasme en energie bij de betrokkenen als je ze eenmaal op het spoor hebt gezet met goede, creatieve ideeën. Dat kunstenaars zich nog weinig in mengen in dit verhaal, heeft volgens Wim Claessen een duidelijke oorzaak. "Ze zijn voornamelijk bezig met productie en hebben weinig tijd om in allerlei vergaderingen en bijeenkomsten aanwezig te zijn. Hier ligt een rol voor de steunfuncties."



Van wie is het landschap?

Na de pauze stelde landschapsarchitect, adviseur en ontwerper drs. Joeri de Bekker een aantal prikkelende vragen. Wat is een landschap eigenlijk? Van wie is dat landschap? En als Het Groene Woud een Nationaal Landschap is, op welk niveau maak je dan de beslissingen? Uit de reacties van de deelnemers bleek wel dat die vragen nog niet zo gemakkelijk en eenduidig te beantwoorden zijn. Zeker, je moet keuzes maken, anders creëer je nooit een eigen gezicht, maar kun je je identiteit wel bepalen en bedenken? Nee, klonk een reactie. De identiteit is er, je kunt hem alleen beter zichtbaar maken. Moet je de omliggende steden betrekken in de planvorming voor Het Groene Woud? En gaat het er dan om het contrast tussen de stad en het platteland c.q. het bos te versterken of wil je juist een integraal beeld bewerkstelligen met vloeiende overgangen? Is een landschap er om te consumeren, en zo ja, hoe ver mag je daarin gaan? Boerengolf, wandelen, mountainbiken, motorcross, het legt allemaal in meer of mindere mate druk op de natuur. En wat wil je met die natuur: is het een decor, een speeltuin of eerder een podium? Hoe het ook zij, er valt in het Groene Woud nog veel te doen, aldus een deelnemer. “Er zijn nog veel plekken in het landschap die getuigen van een grote onverschilligheid.”

Cultuur voegt toe

De deelnemers waren het er over eens dat cultuurelementen meerwaarde bieden aan het landschap. Het maakt een gebied aantrekkelijker en daarmee meer concurrerend. Om initiatieven van de grond te krijgen moeten betrokken partijen elkaar gemakkelijk kunnen ontmoeten om vervolgens integraal te werken, vanuit goede afspraken en een gedeelde visie. Als model werd ‘concurrent engineering’ ofwel ‘parallel ontwikkelen’ voorgesteld, een methodiek die tot snelle resultaten kan leiden. Bij het stimuleren van ondernemers om een bijdrage te leveren aan het landschap kan een streekorganisatie een regierol spelen, bijvoorbeeld labels toe te kennen aan bedrijven die meerwaarde kunnen en willen bieden. Je zou ook een marktplaats kunnen inrichten waar alle stakeholders met hun ideeën terecht kunnen. Voor Het Groene Woud zouden de website van dit Nationaal Landschap en het Streekhuis een rol kunnen vervullen. De boodschap is duidelijk: gebruik wat er is en roep niet iets nieuws in het leven als dat niet echt nodig is. Er zijn al verschillende initiatieven, diverse producten en diensten in het kader van Het Groene Woud, alleen de onderlinge interactie is nog niet uitgekristalliseerd. Daar ligt dus nog een mooie uitdaging.