



Verslag Academische Werkplaatsessie 17 januari

Gastregio: Brabantse Wal- Landschapspark Bergse Heide

Locatie: Markiezenhof, te Bergen op Zoom

Thema: “Hoe organiseer je een “kennislab” in en voor een gebied: welke vragen zijn relevant en waar en hoe adresseer je ze”.

Aanwezig:

Karin van Beckhoven (Hogeschool Inholland), Tinka van den Berg (Waterschap Brabantse Delta), Carlo Braat (Brabants Landschap), Guus Broos (Holding Bergsche Heide), Maartje de Deugd (Provincie Brabant), Arjan van de Graaf (Prohuis Planontwikkeling), Marc Heijen (Avans Hogeschool), Frank Klement (Klement2), Willem Kraanen (Recron), Bart de Kok (Holding Bergsche Heide), Jeroen van den Leijzen (DLG), Ton Linsen (wethouder Bergen op Zoom , klein deel dag aanwezig), Ad van den Nieuwenhuijzen (Holding Bergsche Heide), Marijn Smulders (Avans Hogeschool), Jan Arjan van Stapert (Avans Hogeschool), Ward van Steelandt (Gemeente Bergen op Zoom), Peter Sturmans (Streekorganisatie Brabantse Wal), Arno van Tricht (Holding Bergsche Heide), Elly Trommelen (Provincie Brabant) , Ward Vansteelandt (gemeente Bergen op Zoom), Louis van Vliet (Ministerie EZ), Bert Voeten (Plancom. Landschaps Architecten), Joline Waaijenborg (Avans Hogeschool), Ad van der Wegen (wethouder Bergen op Zoom), Hans Hillebrand (STIRR), Hans Mommaas (UvT), Tanja Emonts (STIRR, Adviesbureau E.C.O. Logisch)

Inleiding

Centraal in deze academische werkplaats stond het Landschapspark Bergse Heide bij Bergen op Zoom. Met het Landschapspark willen bewoners, ondernemers, overheden en maatschappelijke organisaties een kwaliteitsimpuls geven aan het gebied dat dreigt te verrommelen. Streven is om in dat kader een “kennislab” te ontwikkelen waarin zoveel mogelijk lokale know-how bijeenkomt om het gebied blijvend door te ontwikkelen.

In de ochtend is aandacht besteed aan de plannen die er zijn voor het Landschapspark Bergse Heide. Vervolgens zijn we in drie groepen uiteen gegaan om goed te begrijpen wat men in de regio doet, hoe men dat doet, en waarom men dat zo doet. In de middag stond de vraag centraal: ‘hoe organiseer je een kennislab. Wat is daarvoor nodig? Welke vragen zouden centraal moeten staan en waar en hoe adresseer je ze?’ Ter inspiratie waren er twee korte lezingen. Eén over kennismanagement in meer algemene zin. En een tweede over de kenniswerkplaats ‘Groene Hart Academie’. Vervolgens benoemden de deelnemers in subgroepen kennisvragen voor drie verschillende thema’s en gingen zij nader in op de vraag welke kennisdragers nodig zijn en hoe je die bijeen brengt.

Er werden verschillende presentaties gegeven:

- **Presentatie 'Landschapspark Bergse Heide'** door Guus Broos (woordvoerder Holding Landschapspark Bergse Heide)
- **Kennismanagement algemeen** door Hans Mommaas(UvT)
- **Groene Hart Academie** door Karin van Beckhoven (Inholland)

De presentaties kunt u vinden op <http://www.recreatieenruimte.nl/academische-werkplaats/landschapsparkbergseheide/>

In dit verslag staan de resultaten van de werksessies die op deze dag plaatsvonden. De groep ging zowel in de ochtend als middag uiteen in drie groepen. In de ochtend om verdiepende vragen te stellen en zo goed inzicht te krijgen in de aanpak van het project. Door de sessies kwamen interessante leerpunten en bijzonderheden naar boven. Deze werden vervolgens in de middagsessies vertaald naar adviezen.

1. Verdiepingsessie Landschapspark Bergse Heide

Uitkomsten verdiepingsessie groep 1 olv Tanja Emonts

Deelnemers: Arjan van de Graaf, Bart de Kok, Bert Voeten, Carlo Braat, Frank Klement, Jeroen van den Leijzen, Maartje de Deugd, Mark Heijen, Ward Vansteelandt

- Hoe komt de toeristische poort eruit te zien? Er komt een hotel en benzine station, Blue Line.
- Wat is Blue Line voor concept? Het is een 'groen' onbemand tankstation zowel voor vrachtverkeer als personenauto's.
- Hoe zorg je ervoor dat de uitstraling van de Poort aantrekkelijk is en past bij het overall concept? Het moet ingepast worden in het landschap en/of juist een bijzonder landmark zijn, een showcase van duurzaamheid (idee is bijv. een pand van zonnepanelen, waardoor mensen nieuwsgierig worden en komen kijken). De Poort kan ook de plek zijn waar mensen hun voertuig stallen en vervolgens met duurzame transportmiddelen het gebied in gaan, zoals de autovrije dorpen in de Alpen (o.a. Zermatt). Een ander mooi voorbeeld is Westmorland (Rheged) in Groot-Brittannië waarbij het tankstation, hotel en bezoekerscentrum zijn ingepast in het landschap en waar alleen streekproducten (geen voedsel van grote ketens) wordt verkocht.
- Belangrijk is dat het totaalconcept klopt voor bezoekers, voor het gehele gebied.
- Duurzame energie is de verbindende factor van alle elementen in het plan.
- Wie is de doelgroep? De lokale bevolking, passerende mensen op de A4. De A4 is straks een belangrijke doorvoerroute, dit moet als kans worden gebruikt. Andere groepen moeten nog nader worden verkend.
- Is er behoefte aan een hotel en een golfbaan? Golfbanen hebben het moeilijk in deze tijd, hoe maak je het renderend?
- Wat willen de boeren eigenlijk? Dit is in kaart gebracht. Een deel wil stoppen en ander deel uitbreiden, sommigen zijn wat afwachtend. De vraag wordt gesteld of de boeren die willen blijven ook hun bedrijf willen inpassen in het totaalconcept. Het gebied zou een proeftuin voor boeren moeten worden met streekproducten en gebruik van duurzame energie. Dit kan als showcase dienen voor andere regio's.
- Hoe krijg je stakeholders enthousiast voor het plan? Door te zorgen dat de stakeholders naast de overkoepelende meerwaarde, juist ook eigen belang zien.

- Het plan zoals het er nu ligt kan niet binnen de kaders van de provincie worden uitgevoerd. (o.a. het idee om niet één groot landhuis te maken maar een aantal woningen neerzetten met een centraal gebouw (coöperatie). Om 'buiten de lijntjes' te kunnen treden moet het landschapspark als 'meerwaarde project' worden aangemerkt door de provincie. Hoe zorg je hiervoor? O.a. door een totaalconcept te presenteren, geen deelprojecten en door het thema duurzame energie. Door met het landschapspark iets unieks neer te zetten en tegelijkertijd met dit plan ook bij te dragen aan doelen die de provincie wil behalen.
- Er zit nogal wat tijdsdruk op het project, in 2017 moet een aantal zaken gerealiseerd zijn. Hoe zorgen we ervoor dat dit lukt?
- Waarom wil je nog niet beginnen met deelprojecten waarvan alles al in de startblokken staat? Eerst moet er een overall plan zijn waaruit ook de commitment van de natuurdoelen blijkt.
- Er wordt gestreefd naar transparantie, maar hoe ga je om met free-riders? Iedere partij moet zijn eigen belang zien in het project. Helemaal uitsluiten kan je free-riders niet.
- Duurzaamheid (o.a. energie) verbindt het geheel, maar duurzaamheid verkoopt niet en is ook niet per definitie uniek. Hoe 'verkoop' je het gebied op zo'n manier aan de doelgroep dat deze waarden op een aantrekkelijke en onderscheidende manier naar voren komen?

Uitkomsten verdiepingssessie groep 2 olv Hans Mommaas

Deelnemers: Guus Broos, Joline Waaijenborg, Karin van Beckhoven, Louis van Vliet, Marijn Smulders, Tinka van den Berg

Inventarisatie verdiepingsvragen:

- hoe krijg je de relevante partijen op een lijn richting 2017?
- onderdeel van het plan vormt een energiebedrijf; is er nagedacht over de bijbehorende bouwopgave en hoe die zich verhoudt tot de bredere gebiedskwaliteit?;
- hoe is de communicatie naar buiten toe geregeld, van hoofdstakeholders naar bewoners gebied
- is er ruimte voor nieuwe deelnemers, hoe kunnen nieuwe partijen aansluiten?
- hoe ziet de kosten-baten balans voor het gebied eruit?
- zijn kennisvragen geïnventariseerd, welke kennisvragen zijn er, onder welke partijen, welke producten moet dat opleveren?
- is er wel voldoende markt, met name voor het bio-deel?
- is de golfbaan op zichzelf rendabel?
- wie of wat is de trekkende kracht achter het geheel?

organisatie & deelname:

- ondernemende partijen (golfbaan, recreatieterrein) zijn nu georganiseerd in een holding en stemmen af met publieke hoofdstakeholders (gemeente, waterschap, provincie, brabant landschap). Ze willen zich doorontwikkelen tot een coöperatie en hebben middengebied (landschapspark) nodig omwille van maatschappelijke legitimatie en ontwikkelruimte; het publiek-private deel wordt ondergebracht in een stichting;
- belang om snelheid te houden in de karavaan, anders komt de ontwikkeling stil te staan, Guus is verzocht om namens de holding de kar te trekken;
- belang korte communicatielijnen en reactietijd;

- holding kan straks uit meer mensen bestaan dan de 'founding fathers', maar het is wel van belang dat het gaat om lokaal betrokken ondernemerschap met concrete belangen in het gebied;
- betrokkenheid met en zeggenschap over het gebied loopt ondermeer via door de coöperatie ingenomen grondposities

kosten-baten:

- focus niet enkel op de eerste investering, maar juist ook op de vervolg exploitatie, zoektocht naar nieuwe investerings-/verdienmodellen waar de duurzame vervolgeexploitatie onderdeel van vormt
- holding/coöperatie heeft de grond voor 100 jaar in erfpacht gekregen
- centraal staat principe 'glazen huis', alles moet transparant plaatsvinden

kennis:

- uitdaging is hoe we het kennisbelang kunnen borgen zonder dat we dat in een of andere zware vorm institutionaliseren, is geen geld voor en vervreemdt de kennis van de stakeholders, dus meer als onderdeel van de netwerkomgeving, 'open source' idee. Daar is nog geen oplossing voor gevonden, de kwartiermakers nemen dat nu als vraagstuk mee;
- centraal idee nu is dat partijen kennis inbrengen als onderdeel van de samenwerking, bv Rabo bank brengt kennis in over coöperatieve samenwerking, beschouwt dat als onderdeel van haar core business.

communicatie:

- willen het niet breeduit communiceren als succesformule verhaal;
- van belang om bepaalde zaken in de luwte te organiseren, instrumenteel, met de hoofdstakeholders onderling;
- centraal staat zoektocht naar het nieuwe ontwikkelen, het nieuwe ondernemen, voorbij oudere verdienmodellen, transsectoraal, om zo te komen aan het benodigde investeringsvermogen;
- belang van delen, multisectoraal, zoektocht naar ondernemersruimte, bestaat niet langer in eigenstandige traditionele groeimarkten (grond, wonen, kantoren, recreatie);
- belang provinciale gelden als aanjager zoektocht nieuwe ondernemersruimte;
- belang van schakelen tussen de schalen en definiëren van gemeenschappelijke belangen

Uitkomsten verdiepingssessie groep 3 olv Hans Hillebrand

Deelnemers: Ad van den Nieuwenhuijzen, Arno van Tricht, Elly Trommelen, Jan Arjan van Stapert, Peter Sturmans, Willem Kraanen

Bij de tweede sessie waren ook de wethouders Linsen en Van der Wegen aanwezig.

- Waarom moet er een toeristische poort komen? Als herkenbare toegang tot een mooi gebied. Nu is de "poort" Philip Morris, en die industriële uitstraling wil je net niet.
- Hoe past dat tankstation bij een groene poort? Het wordt een groen tankstation, en is ook nodig als financiële drager.

- Gaan burgers uit Bergen op Zoom op de Bergse Heide recreëren? Antwoord is ja. Maar gebied is wel aan het verrommelen. Zo is er drugscriminaliteit. Er moet dus wel wat gebeuren om het aantrekkelijk te houden cq aantrekkelijker te maken.
- In potentie is het de “Tuin van Bergen op Zoom”.
- Bij de gedachtevorming is, meer dan de inleiding van Guus Broos suggereerde, de link met de stad gelegd. Dat is ook belangrijk. Hoewel we constateren dat ook Bergen op Zoom bij mensen van buiten een onbekende schoonheid is. Wordt ten onrechte met industrie geassocieerd. Terwijl het eigenlijk een mooie stad is met veel historie.
- Welke doelgroepen wil je hebben en komen die nu ook al?
 - o Men richt zich met het plan op het wat luxere segment;
 - o Nu komen mensen 3 à 4 dagen dat zou wat langer moeten worden;
 - o Activiteiten: golf, wandelen, mtb, wellness, en dergelijke;
 - o Ook mogelijkheden voor permanent verblijf (landgoed)
 - o Suggestie is om na te gaan wie er nu in Bergen op Zoom komt.
- Is het de bedoeling een apart merk te maken voor Bergse Heide, of word je onderdeel van de Brabantse Wal? Hier komt het idee van een geneste structuur naar boven, waarbij je verhalen krijgt op diverse schaalniveaus die “in elkaar passen”.
- Tot hoever reikt de aantrekkingskracht van het gebied? Alleen Brabant? Of ook (ver) daarbuiten? Realiseer je in elk geval dat het gebied dicht bij Antwerpen ligt (40 km) en ook niet heel ver van Rotterdam (60 km).
- Leeft de Brabantse Wal eigenlijk in Brabant?
- Zou je niet Bergen op Zoom nadrukkelijk neer moeten zetten als de “hoofdstad” van de Brabantse Wal?
- Het gebied mist een icoon. De Wal als zodanig kan niet het icoon zijn volgens de aanwezigen.
- Je zou aan bevolking kunnen vragen wat zij als het icoon zien.
- Van daaruit komt de vraag op of je ook een icoon “aan kunt trekken”.
- Denk niet alleen aan recreatie, maar ook aan educatie. Er is o.a. al een idee voor een iundatiepark.
- Men vraagt zich af of en hoe de golfbaan renderend gemaakt kan worden.

2. Kennisvragen sessie

Uitkomsten Groep 1: Planologie en Innovatie

In de tweede sessie keken we naar de belangrijkste kennisvragen voor het Landschapspark rondom het thema Planologie en Innovatie. We identificeerden niet alleen kennisvragen, maar hebben ze ook in volgorde van belangrijkheid gezet door te stemmen. Eigenlijk moeten de vragen ook nog in volgorde van tijd worden gezet. Bij de vraag ‘hoe breng je kennisdragers bijeen’ hebben we vooral gekeken welke kennisdragers nodig zijn.

Kennisvragen:

- Belangrijkste vraag (7 stemmen): Hoe vertaal je de boodschap (die vrij complex is) naar stakeholders in het gebied gedurende het traject, maar ook op langere termijn? En hoe manage je verwachtingen?
- 2 stemmen: Hoe wordt je een ‘meerwaarde’ project bij de provincie, zodat je buiten de kaders kunt werken met innovatieve ideeën?
- 2 stemmen: Kunnen we de 5 B’s beantwoorden: Belang, Bedoeling, Bijdrage, Binding en Behoefte?

- 2 stemmen: Welke trends zijn er op gebied van recreatie en toerisme gezien vanuit de gemeenschap ?
- 1 stem: Wat is het onderscheidend vermogen, wat maakt dit gebied karakteristiek t.o.v. andere regio's?
- 1 stem: Hoe maak je een proeftuin voor agrariërs in het gebied en hoe maak je deze proeftuin tot een showcase voor de industrie en een breder publiek?
- 1 stem: Welke doelgroep(en) wil je bedienen?
- Zijn er agrariërs (van binnen of buiten het gebied) die een proeftuin willen?
- Hoe kan je samenwerken binnen een sector en intersectoraal?
- Hoe organiseer je beheer en onderhoud aan het begin van het traject?

Kennisdragers bijeen brengen:

- Wat heb je nodig aan kennis? Kennisdragers zijn vervolgens via bestaande netwerken vrij snel te achterhalen.
- Hoe zorg je dat je verschillende kennisniveaus aan boord hebt (student versus ervaren specialist)? Zodat verschillende typen vragen kunnen worden beantwoord.
- Welke kaders moet je gezamenlijk vaststellen? En welke kennis is nodig om dit te kunnen doen?
- Hoe vind je kennisdragers die willen bijdragen uit eigen belang (en dus ook energie in het traject willen steken)?
- Hoe ga je om met voorschrijdende inzichten? Via de cyclus: plan, do, act, change.
- Welke vorm gebruik je om mensen bijeen te brengen (workshops, expertmeetings, etc)?

Uitkomsten groep 2: Duurzame energie en Ecowal

Het thema betreft drie onderdelen:

(1) ecowal; is een idee van Prorail, nodig om spoor (goederentransport) goed in te passen in recreatieve en natuur omgeving, breed concept, miv ecologische zones, maar ook inpakken vervuilde grond, recycling staat hoog op agenda, mogelijkheid prototype etc.;

(2) energiebedrijf, los van het net, als onderdeel breder energie eiland, als spil in energieneutraal gebied, in combinatie met zon, wind, biomassa, restwarmte, met vertakkingen naar wonen, recreatie, industrie, logistiek, omwille van prijsverhoging energie, maar mogelijk ook als onderdeel gebiedsbrand;

(3) materialen gebruik, in gehele gebied voor wonen, recreëren etc. recyclebare materialen gebruiken, als onderdeel eco efficiency, maar mogelijk ook als onderdeel gebiedsbrand.

- Het concept betreft dus de vormgeving van een integraal energielandschap, met inbegrip van verschillende hoedanigheden, tijd-ruimtelijke schalen (soorten energie/materialen/biomassa ketens)
- De belangrijkste vraag: hoe organiseer ik het proces, cq de zoektocht naar een duurzaam integraal energielandschap?
- Belang koppeling inhoud (techniek, economie) aan proces (gedeeld eigenaarschap) om zo te komen tot (a) collectief probleem-eigenaarschap en (b) organiserend / innoverend / investerend vermogen

Agenderen van de thematiek en organiseren: hoe?

- Het lijkt van belang om in vroeg stadium alle stakeholders te betrekken om na te denken over een energieneutrale gebiedsagenda, ook vanwege de benodigde infrastructuur (bv windenergie); belang events, olopjes, stakeholderbijeenkomsten, (network based innovation) etc.
- Het is noodzaak de toegevoegde waarde te ontdekken; duurzaamheid en energieneutraal als zodanig is wellicht nog te weinig onderscheidend
- Hoe spoort de ambitie met het bredere geheel van nagestreefde waarden, het nagestreefde imago, de onderscheidende betekenis het verhaal van de plek, nu vooral nog onderdeel doorgaande route noord zuid, mogelijkheid ontwikkeling naar pleisterplaats en vandaar naar bestemming
- Nodig is een bredere gebiedsgerelateerde waardenbalans, met inbegrip van het bredere culturele verhaal, in relatie tot de functies van wonen en recreatie;
- De verbinding van energie is van belang – Landschapspark Bergse Heide – Brabantse Wal – Agenda van Brabant (West Brabant)
- Maar er is al een veelheid van verhaallijnen (Brabantse Wal, waterbescherming, krekenlandschap, logistieke as);
- Kennelijk is er nog geen samenhang van opgaven, gebiedskenmerken en ontwikkelkansen tussen de verschillende schaalniveaus die maakt dat zaken ‘op hun plek’ vallen en elkaar versterken, cq is die samenhang nog onvoldoende naar bovengehaald

Conclusie sessie 2: Het is van belang om een gebiedsgerichte waardenbalans te maken/ de verhaallijnen te actualiseren met betrokken stakeholders op te onderscheiden projectschalen (landschapspark, Brabantse Wal, West Brabant) , als onderdeel verkenning ontwikkelroutes.

Uitkomsten groep 3: Recreatie en nieuwe verwachte trends

In deze tweede sessie hebben we gekeken wat de belangrijkste kennisvragen rond het thema Recreatie Landschapspark Bergse Heide zijn (gesplitst in wie, wat en hoe), en hebben we een start gemaakt met het identificeren van kennisdragers.

Kennisvragen: wie

- Belangrijkste vraag is hier: wie zijn je doelgroepen, ook in relatie tot Bergen op Zoom?

Kennisvragen: wat

- Wat zou een icoon voor dit gebied kunnen zijn?
- Wat zijn je Unique Selling Points? Deze vraag is later als “ouderwets” bestempeld en ingeruild voor: Wat zijn de Unique Buying Reasons, dus de redenen voor mensen om naar het gebied te komen?
- Hoe moet je je verhouden tot Bergen op Zoom?
- Hoe kom je tot een parelsnoer, dus een verbinding van het aanbod op een wijze die aantrekkelijk is voor bezoekers?

Kennisvragen: hoe?

- Er is een trend gericht op “delen”. Dat delen geldt dus ook voor de manier waarop je je gastvrijheid aanbiedt aan klanten. Hoe kom je in het hele gebied tot “Gastvrijheid Brabantse Wal”?

- Een andere trend is digitalisering. Hoe kun je daar vanuit je aanbod zo goed mogelijk op inspelen?

Kennisdragers, een eerste aanzet:

- VVV- Brabantse Wal.
- Avans (dat nu een pilot doet voor Bergse Heide).
- Recron (o.a. Gastvrijheid Innovatie Campagne, de “kleurtjes”).
- De marktonderzoeken van de betrokken gemeenten.
- Regio West-Brabant.
- City-marketeers.
- Afdeling Vrije Tijds Economie van provincie Noord-Brabant
- Holding Bergsche Heide, met o.a kennis over bouwen, ontwikkelen, het gebied.

Algemene tip: kijk heel goed bij je burens wat die niet hebben dat je zelf prima zou kunnen aanbieden.

Afronding

Guus Broos geeft als reactie op deze dag aan dat het Landschapspark in een pressure cooker zit. In 2017 moeten een aantal zaken zijn gerealiseerd en hoe organiseer je dat nu zo (bottom up) dat dit lukt voor die tijd. Zeker omdat er op verschillende niveaus geschakeld moet worden. Van belang is ook dat er een verhaallijn komt voor het gebied, en dat is een zoektocht voor West-Brabant an sich. De sessie van vandaag wordt voortgezet in expertmeetings.

Hans Mommaas sluit af met de woorden dat er ingrediënten genoeg zijn voor een gebiedsverhaal. Er moet vooral een keuze worden gemaakt. Gebieds- en projectniveau moeten gekoppeld worden. Dat komt nu nog niet goed van de grond. Schakelen is moeilijk, je wilt ook geen kansen missen door snel aan de slag te gaan. Ten aanzien van het kennisprogramma vindt hij het een positieve ontwikkeling dat de vragen voor het overall kennisprogramma zijn ontstaan vanuit ondernemerschap in het gebied. Er is een drive om economische activiteit te verbinden met het landschap.

De volgende academische werkplaatsessie vindt plaats op 21 maart. We zijn dan te gast in het Rivierenland. U bent van harte welkom.