

**Streekidentiteiten:
modeproducten bij uitstek**
Carola Simon 2

Nieuwe 'streken' geleverd
Ko Droogers 10

**Territoriale identiteiten op diverse
schaalniveaus: het lekendiscours**
Frans Thissen 12

Van regio tot streek
Han Lörzing 14

De Øresund: een regio, geen streek
David Hamers 17

Column **Publieke armoede**
Bernard Hulsman 20

VAN DE REDACTIE

Overall ter wereld kan men eten in uniform uitgevoerde vestigingen van McDonald's, dezelfde merkkleding kopen in volgens uniform concept ingerichte winkels en via het internet chatten met vrienden over de hele wereld. Nationale grenzen lijken te vervagen. Deze globalisering is veelvuldig onderwerp van geografische studies. Tegelijkertijd wordt er in de nieuwe geografie aandacht geschonken aan de regionalisering die als tegenkracht van de globalisering is opgekomen. Deze regionalisering leeft op verschillende schaalniveaus. Regio's worden op uiteenlopende wijzen vermarkt; denk aan een reclamecampagne als *'Ondernemers, het is tijd voor Twente'*. Streekdialekten, en popmuziek in zo'n dialect, nemen in populariteit toe. En de Europese Unie verstrekt, bijvoorbeeld in het kader van Interreg, subsidies aan regio's om hun identiteit te versterken.

In het essay van Carola Simon (SCP) staat het in opmars zijnde streekgevoel in Nederland centraal. Aandacht voor het streekeigene en het behoud van streekidentiteiten ontstaat vooral waar er geld mee te verdienen is, zo is haar stelling. Of het regiogevoel nu echt in opmars is, betwijfelt Ko Droogers (Consulent Belangenbehartiging Regio West, ANWB). Hij is niet tegen nieuwe streken, maar pleit daarbij wel voor een betere aansluiting bij de beleving van de bevolking in die streken. Frans Thissen (Universiteit van Amsterdam) plaatst de discussie over ontstrekking en verstreking in het wetenschappelijke kader van de discoursen. Actoren in het professionele discours zullen bij de vorming van streekidentiteiten rekening willen houden met ontwikkelingen in territoriale identiteiten op verschillende ruimtelijke schaalniveaus binnen het lekendiscours, is zijn conclusie. Han Lörzing (RPB) onderschrijft het verhaal van Simon en plaatst er enkele kanttekeningen bij vanuit het ruimtelijk onderzoek: de ondergang en opkomst van het streekeigen ontwerp in architectuur en stedenbouw.

David Hamers (RPB) onderzoekt het streekgevoel elders in Europa: in de Deens-Zweedse Øresundregio, een regio die is gecreëerd met miljoenen aan Europese Interreg-subsidies. Het is een functionele regio, maar of het streekgevoel er nu leeft?

De column heeft een iets andere formule. Voortaan vertelt een vaste columnist over zijn of haar persoonlijke ervaringen met dan wel visie op de ruimtelijke ontwikkeling. Dit jaar is Bernard Hulsman (NRC) de vaste columnist. In dit nummer duidt hij bedrijventerreinen als het zoveelste bewijs van publieke armoede.

Wilt u reageren op het essay van Carola Simon of een van de andere bijdragen, en daarmee uw bijdrage leveren aan het publieke debat, stuur dan uw reactie naar ruimte-in-debat@rpb.nl.

STREEKIDENTITEITEN: MODEPRODUCTEN BIJ UITSTEK

CAROLA SIMON, SCP

Het regiogevoel is in opmars. Streken en streek-identiteiten staan in toenemende mate op de politieke, academische en populaire agenda. Het is zelfs zo dat provincie, gemeenten, het bedrijfsleven en organisaties op het gebied van natuur, landbouw, toerisme en cultuurhistorie steeds vaker streekspecifieke kenmerken inzetten om hun doel te bereiken. Waarom doen ze dit? Is er geld mee gemoeid of zijn er andere redenen waarom de belangstelling voor streekidentiteiten zo is toegenomen?

STREEKIDENTITEITEN ZIJN SOCIALE CONSTRUCTIES

De zoektocht naar het waarom start bij de betekenis van het begrip 'streekidentiteit' zelf. 'Streekidentiteit' is een begrip dat te pas en te onpas wordt gebruikt. Het is een complex begrip dat moeilijk exact te definiëren is. Mensen geven er verschillende betekenissen aan. Streekidentiteiten kunnen dan ook worden beschouwd als sociale constructies. Ze ontstaan uit de betekenissen, waarden, kenmerken en kwaliteiten die door mensen worden toegekend.

MEER INTERESSE

De identiteiten van streken zijn de laatste jaren steeds populairder geworden. Deze toegenomen aandacht kent verschillende voedingsbodems. Allereerst is het een lokale tegenreactie op processen van schaalvergroting, zoals globalisering. De term 'globalisering' verwijst naar de economische, sociale en politieke veranderingen die zich voordoen als gevolg van nieuwe communicatietechnologieën, betere transportmiddelen en internationale samenwerking. Door een snellere stroom van produc-

Streken zouden hun identiteiten verliezen, waardoor mensen een belangrijk houvast in het leven kwijtraken

3

Naast landschapskenmerken, zoals flora en fauna, kunnen dit functionele kenmerken zijn, maar ook historische gebeurtenissen, tradities en gebruiken en symbolische kenmerken zoals vlaggen. Deze kenmerken worden 'identity markers' genoemd.

Het verschilt per persoon welke kenmerken als relevant en onderscheidend worden ervaren. Niet iedereen kijkt immers op dezelfde manier naar of voelt hetzelfde bij een bepaald landschap, gebouw of monument. De betrokken actoren – beleidsmakers, academici, ondernemers, toeristen en bewoners – ervaren, beleven, interpreteren en (re)presenteren streken op uiteenlopende manieren. Dit betekent dat op hetzelfde tijdstip verschillende identiteiten aan een streek kunnen worden toegekend. Daarom hanteer ik de meervoudsvorm: 'de' identiteit bestaat niet; een gebied heeft altijd meerdere identiteiten.

ten en informatie en door de toegenomen mobiliteit worden alle delen van de wereld blootgesteld aan dezelfde soort invloeden. De wereld wordt steeds eenvormiger.

Ook op regionaal niveau spelen deze schaalvergrotingsprocessen: de verschillen tussen streken verdwijnen. Hierdoor verslapt de traditionele culturele binding en levensstijl en ontstaat een angst voor eenvormigheid. Streken zouden hun identiteiten verliezen, waardoor mensen een belangrijk houvast in het leven kwijtraken. Een reactie op deze toenemende eenvormigheid is dat mensen steeds meer geneigd zijn een herkenbaar referentiepunt in de eigen omgeving te zoeken. Streekeigen kenmerken zoals het landschap of het cultuurhistorisch erfgoed worden in toenemende mate gekoesterd, er komen meer streekproducten op de markt en gebiedsgericht beleid staat hoog op de politieke

agenda. De verschillen tussen streken worden zo juist benadrukt en de aandacht voor streek specifieke kenmerken neemt toe. De processen van globalisering en lokalisering vinden blijkbaar gelijktijdig plaats.

In de tweede plaats zorgt een groter cultuurbewustzijn voor meer interesse in streekidentiteiten. Dit is bijvoorbeeld duidelijk zichtbaar in de Noordoostpolder sinds deze is aangewezen als Belvédèregebied (1999). Werd voorheen de ontstaansgeschiedenis van de Noordoostpolder niet als bijzonder beschouwd, nu is dat anders.

bewustzijn van de eigen cultuur biedt mogelijkheden om de landschappelijke bijzonderheden van het gebied voor de toekomst te behouden. Kortom, de toename in publieke interesse zorgt ervoor dat de discussie rondom het belang van streekidentiteiten belangrijker wordt.

Ten slotte is de interesse in en betrokkenheid met streken en streekidentiteiten ook toegenomen doordat mensen meer vrije tijd en een goede opleiding hebben, en door een algemene welvaartstoename. Dit blijkt uit de interesse in regionale geschiedenis



4

De gemeente Noordoostpolder wil de ontstaansgeschiedenis van de polder juist als waardevol benadrukken. In de toekomstvisie 'Ruimte voor kwaliteit' is haar streefpunt: 'Eigentijds voortbouwen op de kwaliteiten van het oorspronkelijke concept om zo de eigenheid en authenticiteit van het gebied te behouden' (Gemeente Noordoostpolder 2002: 3). Dit grotere

en de enorme toename in het aantal leden van historische verenigingen en stichtingen. Uit een enquête verstuurd naar 813 historische, folkloristische en heemkundeverenigingen en stichtingen, blijkt het ledental bij 61 procent van deze clubs toe te nemen (Simon 2004). Het zijn vooral mensen ouder dan vijftig jaar die lid zijn van deze verenigingen en stichtingen. Naar ver-

wachting zal het ledental nog meer stijgen; het aandeel ouderen in de Nederlandse bevolking neemt immers toe. Volgens de bevolkingsprognose van het CBS (2002) zal rond 2040 het aantal ouderen zijn maximale omvang bereiken. Dan zal 40 procent van de Nederlanders ouder zijn dan 50 jaar. Omdat een groter aandeel ouderen, relatief gezien, vroeger stopt met werken, meer geld te besteden heeft en beter geschoold is dan in het verleden, zal de belangstelling voor streekgeschiedenis toenemen.

Ook een groter gevoel voor kwaliteit

den beschouwd als een doel op zich (zie Simon 2004), maar het wordt evengoed ingezet als middel. Het gaat daarbij vooral om het onderscheid met andere gebieden. Soms zelfs om het gevoel van 'wij' tegen die 'anderen', of het hebben van een gemeenschappelijke 'vijand'. Een 'vijand' die de onderlinge samenwerking kan versterken. Zo zijn de identiteiten die worden toegekend aan Waterland mede gevormd uit een 'niet gelijk zijn' aan Amsterdam: een contrast tussen de stad en het landelijk gebied, dat steeds vaker wordt ingezet als

Het contrast tussen stad en platteland is een verhandelbaar goed geworden

5

speelt een belangrijke rol in de betrokkenheid bij streekidentiteiten. Door ontwikkelingen als de gekke-koeienziekte, MKZ en genetische manipulatie zijn mensen zich er bewuster van geworden dat de kwaliteit van voedsel belangrijk is voor een gezond leven. Het productieproces, en kennis daaromtrent, heeft meer aandacht gekregen. Hierdoor worden biologische producten steeds belangrijker. Ook streekproducten hebben hier voordeel van.

Het begrip streekidentiteit hangt op deze manier samen met het welvaartsniveau van mensen. Het is als het ware een 'luke' product. De belangstelling voor streken en streekidentiteiten kan worden gezien als een luke behoefte aan geografische 'entertainment' en kwaliteit.

'WIJ' EN DIE 'ANDEREN'

Bij de constructie van streekidentiteiten spelen contrasten een grote rol. Vaak wordt het aanscherpen van contrastbeel-

den een *unique selling point*. Een zekere mate van vijandigheid weerhoudt toeristenorganisaties uit Waterland er overigens niet van in hun foldermateriaal te wijzen op de gunstige ligging van Waterland ten opzichte van Amsterdam: 'Wilt u naar de grote stad, dan is Amsterdam niet ver weg' (Hotel de Boerenkamer). Het contrast tussen stad en platteland is een verhandelbaar goed geworden.

Ook in Twente worden contrastbeelden ingezet. Organisaties gericht op de toeristenindustrie en het bedrijfsleven zetten stad en landelijk gebied niet als vijanden neer, maar presenteren de combinatie en herkenbaarheid van beide juist als een uniek kenmerk. Naast rust, ruimte en groen gaat het hier om de economische input vanuit de steden Almelo, Borne, Hengelo en Enschede.

Blijkbaar is een contrastbeeld nodig bij de vorming van streekidentiteiten: streekidentiteiten worden pas relevant wanneer

een streek verschilt van andere gebieden. Zonder een bepaald contrast zullen professionals 'hun' streek niet kunnen laten onderscheiden van andere gebieden. In dit opzicht is het opmerkelijk dat professionals in de Noordoostpolder juist géén duidelijk contrastbeeld neerzetten. Grotendeels heeft dit te maken met het gebruik van de naam Noordoostpolder. De provincie Flevoland heeft in beleidsplannen namelijk de naam 'Noordelijk Flevoland' geïntroduceerd. Een naam die andere organisaties steeds vaker overnemen om Flevoland als een eenheid op de kaart te

van Waterland bijvoorbeeld dermate goed dat alle professionals er gebruik van maken. Zo noemt Bos (1988: 5) de streek een traditionele toeristische foto: 'De reiziger vindt hier een uitgestrekt groen polderland, doorsneden met sloten, met aan de horizon aan de ene kant de rode daken van de stolpboerderijen, aan de andere kant de zware zeedijk langs het IJsselmeer en daarboven de indrukwekkende luchten die het weidse nog extra reliëf geven'. Het typisch Hollandse landschap roept beelden op van herkenning, nostalgie en idylle. Ook de professionals in het gebied zijn het er over

Vaak bevat een streek bepaalde elementen die zo idyllisch zijn dat ze 'aaibaar' zijn geworden

6

zetten. Er zal zo uiteindelijk geen sprake meer zijn van een contrasterend beeld. Blijft deze trend doorgaan, dan zal de naam Noordoostpolder steeds meer vervagen en opgaan in het grotere geheel van Noordelijk Flevoland.

NOSTALGIE

Ook nostalgie is vaak belangrijk bij het creëren van streekidentiteiten. Vaak bevat een streek bepaalde elementen die beelden uit het verleden oproepen; elementen die zo idyllisch zijn dat ze 'aaibaar' worden. Denk bijvoorbeeld aan een nostalgische oude boerderij, geschilderd in traditionele streekkleuren. Deze, vaak landschapelijke, kenmerken stralen zo'n idyllisch beeld uit dat ze worden ingezet als een verhandelbaar product. Door zijn hoge 'aaibaarheidsfactor' verkoopt het landschap

eens wat de kwaliteiten van Waterland zijn en dat deze kwaliteiten behouden moeten blijven. Er wordt van alles gedaan om dit – daar waar mogelijk – te realiseren. Zijn er nostalgische en idyllische elementen in het spel, dan zal het belang van streekidentiteiten voor professionals toenemen, mits het binnen hun doelstellingen past. Zo zullen organisaties gericht op natuurbescherming en cultuurhistorie streekidentiteiten eerder gebruiken om het maatschappelijk draagvlak te vergroten of leden aan te trekken, terwijl een ondernemer of makelaar hierbij eerder direct aan verkoop verbonden winst nastreeft.

ER ZIT GELD IN STREKEN

Professionals – waaronder vertegenwoordigers van overheidsinstanties en maatschappelijke organisaties, maar ook het bedrijfs-

leven – zetten streekidentiteiten steeds vaker in om hun doel te bereiken. Waarom doen zij dit?

Hiervoor zijn verschillende motieven aan te wijzen. Het meest opvallende motief wordt hier nader uitgewerkt: het verdienen van geld. In de Noordoostpolder is dit merkbaar aan het feit dat steeds meer overheden en maatschappelijke organisaties subsidie aanvragen voor gebiedsgerelateerde projecten. Vooral sinds de Noordoostpolder als Belvédèregebied is aangewezen,

Oude meetstoelen worden gerestaureerd en er wordt van alles gedaan om de erfbeplanting te behouden. Dat is niet alleen een resultaat van het besef dat de geschiedenis van de Noordoostpolder bijzonder is, maar natuurlijk ook een direct gevolg van de financiële input die de Regeling Projectsubsidie Belvédère geeft voor projecten gericht op cultuurhistorie en ruimtelijke ontwikkeling.

In Waterland worden streekidentiteiten al langer benadrukt. Aan deze streek is in 1993 de status van Waardevol Cultuurlandschap



wordt in de subsidieaanvragen voor deze streek steeds vaker de nadruk gelegd op het behoud van het cultureel erfgoed. Toeristenorganisaties en natuurbeschermingsorganisaties zijn bijvoorbeeld niet meer alleen gericht op de elementen van het 'oude land', zoals Schokland. Er is nu ook meer aandacht voor de eigen historie en de drooglegging van de Noordoostpolder.

toegekend. Door de subsidiestroom die hieruit is voortgekomen, zijn talloze organisaties opgericht, zoals de Vereniging Agrarisch Natuurbeheer Waterland en de Stichting Keurmerk Waterland. Daarnaast kregen vooral projecten gericht op het instandhouden van de landbouw, zoals agrarisch natuurbeheer, een enorme financiële impuls.

Ook ondernemers zien in dat streek-identiteiten geld kunnen opleveren. Niet voor niets beschrijft Van der Ploeg (1999: 26) Waterland als een schoolvoorbeeld van een gebied waarin boeren sinds het begin van de jaren 1980 inspelen op de mogelijkheden tot landschapsonderhoud en natuurbeheer. Bovendien leveren de boeren in Waterland het voor 'het streekproduct van 2004' genomineerde Moerkalfsvlees aan diverse topkoks in Nederland. En de sector recreatie en toerisme speelt in op streekspecifieke kenmerken. Streken worden zo mooi en aantrekkelijk mogelijk

van de 'buzz-words' van het nieuwe millennium (Van Dam 2002).

WANNEER IS ER RUIMTE VOOR IDENTITEIT?

Streekidentiteiten spelen een steeds belangrijker rol in de moderne samenleving. Professionals spelen in op de onrust die schaalvergrotingsprocessen met zich meebrengen, op het groeiende cultuurbewustzijn en op een toenemend welvaartsniveau. Meer aandacht voor het streekeigene en het behoud van streekidentiteiten ontstaat echter vooral waar er geld mee te verdienen is.

Overheden en maatschappelijke organisaties benutten streekidentiteiten vaak als instrument om de interesse van een geldschietter te wekken

8

gerepresenteerd via teksten en foto's in folders met het doel zoveel mogelijk overnachtingen van toeristen te kunnen boeken. Dat zelfs historische identiteiten daarbij zo nodig nieuw gecreëerd worden blijkt uit het voorbeeld van Esonstad (NRC 5 januari 2004). In het Lauwersmeergebied wordt een recreatiepark gerealiseerd naar model van een, hoogstwaarschijnlijk, fictief stadje dat hier in de middeleeuwen door de golven verzwolgen zou zijn. 'Men had hier een dertien in een dozijn recreatiepark getekend, maar dat willen de mensen niet meer', aldus de projectontwikkelaar. Hij werkt de geschiedenis tot in detail uit; zo denkt hij erover om bier te schenken in glazen met het (uiteraard nog te ontwerpen) stadswapen. Het begrip streekidentiteit is zo één

Zo benutten overheden en maatschappelijke organisaties streekidentiteiten als instrument om de interesse van een (vaak machtige) geldschietter te wekken. Deze geldschietter bepaalt welke gebieden interessant genoeg zijn voor zijn investering. Ondernemers weten streekidentiteiten te verkopen, terwijl de consument bepaalt in welke gebieden deze ondernemers die identiteiten succesvol verhandelen. Immers, de consument moet het landschap voldoende interessant vinden om te bezoeken of de streekproducten voldoende aansprekend vinden om te kopen.

Professionals zetten daarbij in op contrasten tussen streken of plekken en wekken met behulp van idyllische (landschaps)-elementen een nostalgisch gevoel op. Dit

zijn niet per se bestaande elementen. Het kan ook heel goed gaan om nieuw verzonden producten.

In ieder geval gaat het erom dat de professionals hun gebied op een zodanige manier presenteren dat zij denken er geld aan te kunnen verdienen. Zodra de interesse van een subsidieverlener of consument

verschuift, zullen de professionals andere middelen gebruiken om subsidies of consumenten aan te trekken. Streekidentiteiten zijn daarmee modegevoelige producten geworden. Wanneer het niet 'in' is om te investeren in de karakteristieken van streken, zal dat ook niet gebeuren.

LITERATUUR

Bos, J.M. (1988), *Waterland, een middeleeuws cultuurlandschap. Archeologische monumenten in Nederland*. Zutphen: Terra.

Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) (2002/2003), *Statline*. Voorburg: CBS.

Dam, F. van (2002), 'Bericht uit Babylonie: Ruimtelijke containerbegrippen leiden tot spraakverwarring'. *Geografie*, 11(10): 15-17.

Gemeente Noordoostpolder (2002), *Ruimte voor kwaliteit. Toekomstvisie Noordoostpolder 2030 concept*. Emmeloord-Utrecht: gemeente Noordoostpolder.

Hotel de Boerenkamer. Folder getiteld 'Hotel de Boerenkamer. Proef het puur van de natuur en beleef de gastvrijheid van Hotel de Boerenkamer'.

NRC (2004), *Middeleeuwse Zwendel*. Artikel door Tijs van den Boomen in het NRC van 5 januari 2004.

Ploeg, B. van der (2001), *Het weigevoel in het Groene Hart van de Randstad. Een studie onder melkveehouders in het Westelijk Veenweidegebied naar hun bereidheid en mogelijkheden zich te ontwikkelen van productieboer tot plattelandsondernemer*. Wageningen: Ponsen & Looijen.

Simon, C. (2004), *Ruimte voor identiteit. De productie en reproductie van streekidentiteiten in Nederland*. Proefschrift ISBN 90-9018945-9, Groningen: Rijksuniversiteit Groningen.

NIEUWE 'STREKEN' GELEVERD

KO DROOGERS, ANWB, consultant belangenbehartiging regio west

Of het regiogevoel nu echt in opmars is, zoals Carola Simon signaleert, weet ik niet. Ik heb er in ieder geval voor wat betreft dat gevoel bij de burgers mijn twijfels over. Wel worden er om de haverklap nieuwe streken bedacht. Vaak zijn dit gebieden die om één of andere reden een samenhang hebben. Veelal bedacht door planologen. Daar is op zich niets mis mee. Men wil vaak iets met een dergelijk gebied en meestal is dat iets goeds.

Het Groene Hart is een schoolvoorbeeld van een gebied voor en door planologen. Een gebied dat open moet blijven, als groene buffer in de Randstad. Het Groene Hart is vooral bekend geworden door de bedreiging van de HSL. Omdat veel organisaties zich tegen deze doorsnijding van dit gebied verzet hebben, zijn er miljarden geïnvesteerd in de tunnel onder een deel van het Groene Hart. Inmiddels is het gebied benoemd tot een Nationaal Landschap. Bedreigingen geven dus inderdaad een groter streekgevoel en versterken de bekendheid en de identiteit.

10

Aan de andere kant gaan zulke gebieden vaak een eigen leven leiden en moet zo'n gebied opeens ook betekenis krijgen voor de bevolking. Zo speelt de commercie inmiddels stevig in op de bekendheid van de naam 'Groene Hart' met diverse Groene-Hartproducten. Ook vanuit de ANWB doen we hieraan mee met een wandelgids 'Groene Hart' en straks ook een regiogids 'Groene Hart'. Er is zelfs al een Groene-Hartziekenhuis.

De ANWB heeft onderzoek laten doen naar de bekendheid van het Groene Hart. In mijn Bos-atlas uit de HBS-tijd stond het gebied nog niet; nu kent iedereen het. Google gaf 168.000 resultaten op 'Groene Hart'. Hoezo een bekende naam? Toch weten de meeste mensen niet precies waar het ligt. Een nog groter aantal maakt er geen recreatief gebruik van, behalve dan dat zij er via een autosnelweg doorheen rijden. Dus beter gezegd: iedereen denkt het te kennen. Maar wist u bijvoorbeeld dat Muiden ook in dat Groene Hart ligt? Zouden de inwoners van Muiden een streekgevoel delen met bijvoorbeeld de mensen uit Lekkerkerk? Ik denk dat dat in veel gevallen net een stap te ver is, en soms ook ten koste gaat van de regio's en streken die er van oudsher waren.

Een ander voorbeeld: Waterland. Carola Simon noemt het ook een paar keer. Een bekende en geliefde streek, zeker voor de Amsterdammers. Het maakt deel uit van het gebied 'De Groene Long', dat ongeveer loopt van Beverwijk tot het Markermeer en van het Alkmaardermeer tot het Noordzeekanaal. Of dit niet genoeg is, wordt dat hele gebied nu een Nationaal Landschap: 'Laag Holland'! Moet dat ook de naam zijn waarmee Nederland dit gebied in de toekomst kent en waarmee toeristen naar het gebied gelokt worden? Hoe gaat het dan met Waterland? Ook hier vraag

ik me af of de Westzaners iets hebben met de Zuiderwouders en of ze het gevoel hebben in dezelfde streek te wonen.

Nog een paar nieuwe streken in het westen van het land: De Venen, Wijk en Wouden, Leidse Ommelanden, Weidse Veenweiden, De Waarden, Noorderpark. Kent u ze?

Toch is het misschien niet zo gek om nieuwe streken te bedenken. Vooral als het streken zijn die we willen beschermen, behouden en/of ontwikkelen. Zo zou eigenlijk elke grote stad zijn streek moeten hebben, zoals Amsterdam Waterland heeft. Een streek die hoort bij de stad, waar de inwoners van de stad een streekgevoel bij krijgen en waar je van kunt genieten en die je vooral mooi wilt houden. Waag het niet die streek vol te bouwen en er een spoorlijn of snelweg doorheen te leggen! En het is helemaal niet verkeerd, maar zelfs vaak noodzaak en buitenkans, dat de inwoners en de boeren in de betreffende streek gebruik maken van die stad in de buurt om beleg op hun boterham te krijgen, zoals Carola Simon voor Waterland signaleert.

Maar... we moeten dan wel aansluiten bij de beleving van de bevolking in en om het gebied en wat minder naar planologische eenheden kijken als we deze nieuwe 'streken leveren'.

TERRITORIALE IDENTITEITEN OP DIVERSE SCHAALNIVEAUS: HET LEKENDISCOURS

FRANS THISSEN, UVA, universitair docent Afdeling Geografie, Planologie en Internationale Ontwikkelingsstudies

De centrale vraag in Simons essay is die naar de achtergronden van de toenomen belangstelling voor streekidentiteiten. Haar essay is gebaseerd op het proefschrift dat zij op 20 januari 2005 met succes aan de Rijksuniversiteit Groningen verdedigde. Een van de conclusies van datzelfde proefschrift is dat in Nederland de afgelopen vijftig jaar sprake is van 'ontstreking': gelet op het gebruik van streeknamen als indicator verdwijnen er meer streken dan er opkomen. Deze conclusie heeft in de media veel aandacht getrokken. De geconstateerde 'ontstreking' en het uitgangspunt van Simon in het essay dat het regiogevoel in opmars is, lijken met elkaar in tegenspraak.

12

In dit verband is het door Jones (1995) gemaakte onderscheid naar vier typen discoursen in het rurale debat verhelderend. Naast het professionele discours gevoerd door actoren die beroepsmatig betrokken zijn bij de ontwikkeling van streken, kunnen het lekendiscours, het populaire discours en het academische discours worden onderscheiden. Het academische discours, kennis gegenereerd door wetenschappelijke disciplines, ligt dicht tegen het professionele discours aan. Het populaire discours betreft kennis van de omgeving vanuit verschillende culturele en maatschappelijke structuren, zoals media, kunst en literatuur. In het lekendiscours gaat het om kennis van plaatsen en ruimtelijke omgevingen in het dagelijks leven van mensen. De door Simon geanalyseerde ontstreking is op bronnen gebaseerd die vooral het populaire discours betreffen (regionale kranten, aardrijkskundeleerboeken, regionale boeken, bedrijfsnamen en historische verenigingen en stichtingen).

In haar onderzoek stelt Simon (2004: 34) het professionele discours centraal, met name het deel gericht op gebiedsontwikkeling. Ze refereert echter ook aan ontwikkelingen in andere discoursen. Vanuit het professionele discours gezien is communicatie over streekidentiteiten met actoren in andere discoursen immers van belang om de door professionals gestelde doelen te bereiken. Professionals streven er bij de gebiedsontwikkeling van een streek bijvoorbeeld vaak naar om enerzijds aan te sluiten bij de streekidentiteiten in het lekendiscours en anderzijds deze op basis van doelstellingen te wijzigen.

In Simons essay wordt de toegenomen belangstelling voor streekidentiteiten in het professionele discours verbonden met ontwikkelingen die in de eerste plaats het lekendiscours betreffen: streekidentiteiten komen op als een tegenreactie tegen algemene schaalvergroting, door het grotere cultuurbewustzijn en de algemene welvaartstoename. Deze maatschappelijke ontwikkelingen hebben de afgelopen halve eeuw grote consequenties gehad voor de oriëntatie van Nederlanders op territoria op verschillende ruimtelijke schaalniveaus. Het is echter verhelderend daarbij het regionale schaalniveau te plaatsen tussen het lokale en het nationale schaalniveau. De streek als territoriaal kader is op basis van veranderingen op lokaal en nationaal niveau voor bewoners zowel in intensiteit als van karakter veranderd. Enerzijds is sprake van de opkomst en misschien ook wel de recente neergang van de nationale staat als territoriaal integratiekader. Een deel van de cultureel-regionale verscheidenheid in Nederland anno 1950 is door de integratie in het nationale kader verloren gegaan (Knippenberg & De Pater 1988). Anderzijds is sprake van een zich wijzigende verscheidenheid op lokaal niveau. Vanuit de ontwikkelingen op lokaal niveau gezien, heeft de streek zich ontwikkeld tot 'daily system'. Streken hebben het karakter gekregen van 'markten': woning-, arbeids- en verzorgingsmarkten. Daarbinnen gelegen woonplaatsen en buurten hebben het karakter van woonmilieus gekregen met een eigen sociaal profiel en culturele identiteit (Engelsdorp Gastelaars 2001). Het is mijn indruk dat de door Simon geschetste groeiende populariteit van streekidentiteiten voor een toenevend deel betrekking heeft op een streven van bewoners naar territoriale identiteit op een lager ruimtelijk schaalniveau dan de streek. Globalisering zou zelfs aanleiding geven tot identiteitsvorming op individueel niveau in de vorm van de groeiende betekenis van individuele leefstijlen (Van der Wouden 2004). Actoren in het professionele discours zullen bij de vorming van streekidentiteiten met dergelijke ontwikkelingen in territoriale identiteiten op verschillende ruimtelijke schaalniveaus binnen het lekendiscours rekening willen houden.

13

LITERATUUR

- Engelsdorp Gastelaars, R. van (2001), 'Territorial attachment and administrative organisation at the local level: the case of the Netherlands', pp. 453-471 in: G. Dijkink & H. Knippenberg (eds.) *The territorial factor; Political geography in a Globalizing world*, Amsterdam: Vossiuspers.
- Jones, O. (1995), 'Lay discourses of the rural: developments and implications for rural studies', *Journal of Rural Studies*, nr. 1: 35-49.
- Knippenberg, H. & B. De Pater (1988), *De eenwording van Nederland; schaalvergroting en integratie sinds 1800*, Nijmegen: SUN.
- Simon, C. (2004), *Ruimte voor identiteit. De productie en reproductie van streekidentiteiten in Nederland*, Groningen: Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen, Rijksuniversiteit Groningen.
- Wouden, R. van der (2004), 'Mondialisering, identiteit en ruimtelijk beleid', *Ruimte in debat*, 03/2004: 2-14.

VAN REGIO TOT STREEK

HAN LÖRZING, RPB

Dat streekproducten verkopen, blijkt al in de winkel. Jaren geleden kwam vrijwel alle mosterd in Nederland uit een fabriek die uitbundig (maar beslist niet streekeigen) langs de A1 bij Diemen adverteerde. Tegenwoordig verkoopt een beetje supermarkt mosterd uit Limburg, de Achterhoek en Groningen, stuk voor stuk gebieden waar het leven goed genoeg moet zijn om een aanvaardbare mosterd te produceren. Wie in Oost-Brabant naar de slijter gaat kan een kruikje Peelneut aanschaffen, een kruidendrank met een 'Peelwerker' op het etiket. Heel streekeigen, jammer alleen dat de zelfde smaak op de Veluwe (met een schaapherder op het etiket), langs het IJsselmeer (nu met een visser) en in talloze andere regio's onder steeds andere namen bij de lokale slijter ligt. In boosaardige ogenblikken denk ik wel eens dat al die drankjes uit één en hetzelfde bedrijf op de Maasvlakte komen dat er honderden verschillende etiketten op plakt.

14

Het zal duidelijk zijn: ik kan het betoog van Carola Simon uitstekend volgen. Ik zal er alleen enkele kanttekeningen vanuit het ruimtelijk onderzoek bij plaatsen. De herontdekking van 'de streek' is namelijk een interessante ontwikkeling die gevolgen heeft voor de manier waarop onderzoekers en planners naar 'het regionale niveau' in de ruimtelijke ordening kijken. Een mooi startpunt voor een beschouwing is het proefschrift van Koos Bosma die duidelijk maakt hoe in de eerste helft van de twintigste eeuw de 'streek' tot 'regio' werd gemaakt. Was de streek een door dialect, bouwstijl en volksaard gekenmerkt gebied, de regio moest een waardeneutrale entiteit worden, louter op objectieve criteria afgebakend. Bereikbaarheid, ontsluiting, een goede spreiding van voorzieningen en een verantwoorde verdeling van bevolking en bedrijvigheid waren de belangrijkste zaken waaraan bestuurders en planners dachten bij het nieuwe begrip 'regio'. De toekomst was aan de regio als planningseenheid, al bleef men in Nederland hardnekkig spreken van streekplannen.

Het is indrukwekkend om te zien hoezeer het begrip 'regio' zich ontwikkelde tot de spil van ruimtelijke planvorming en onderzoek. De provincie kreeg in Nederland dan wel de rol van intermediair in het planningsstelsel toegewezen, het streekplanniveau fungeerde als waarachtige scharnier tussen rijks- en gemeentelijke plannen. En daarbij moet bedacht worden dat tot diep in de jaren tachtig van de afgelopen eeuw streekplangebieden slechts een deel van hun provincie besloegen, en daarmee grotendeels samenvielen met de oude 'streken'. De bedoelingen van een streekplan waren echter bepaald niet gericht op het versterken van het streekeigen karakter; als ware 'ingenieurs van de ziel' van een regio streefden de planners er naar,

hun regio op te stoten in de vaart der volkeren. En daarbij pasten geen nostalgische grappen.

De technocratische streekplannen uit het grootste deel van de twintigste eeuw vertonen in hun karakter een opvallende parallel met het (eveneens typisch mid-twintigste eeuwse) modernisme in architectuur en stedenbouw. Het modernisme was gericht op het vormgeven aan een wereld waarin lokale eigenaardigheden plaats zouden maken voor een internationale omgeving. De modernisten verafschuwden streekeigen stijlen (waarschijnlijk associeerden zij ze met achterlijkheid en feodalisme) en streefden er naar dat hun steden en gebouwen er over de hele wereld het zelfde uitzagen. Dat streven mag gerust letterlijk worden genomen; het destijds gerenommeerde architectenbureau Van den Broek en Bakema tekende volstrekt uniforme woongebouwen voor uiteenlopende plaatsen als Eindhoven,



15

Plovdiv (Bulgarije) en Ashdod (Israel). Veel modernisten kwamen vanuit hun werk in de stedenbouw in de regionale planning terecht, en gezien de allesoverheersende rol van het modernisme in de twintigste eeuw, mag het niet verwonderlijk zijn dat een vergelijkbare uniformeringsdwang zich meester maakte van de streekplanning.

Inmiddels is het modernisme stevig op zijn retour. Tijdens het voorbijgaan heeft het plaats moeten maken voor een veelheid aan stromingen en filosofieën die namen als eclecticisme en postmodernisme hebben mee-

gekregen. Wat de huidige opvattingen gemeen hebben, is dat de universele zekerheden van het modernisme als buitengewoon gedateerd worden gezien. Van filosofen tot stedenbouwers, van bestuurders tot planners is het duidelijk geworden dat er niet één zekerheid is, maar vele. Zo'n denkwereld biedt weer ruimte voor het benadrukken van het eigene van mens, huis, stad en streek. Wellicht spelen ook gevoelens van vervreemding vanwege de verreгаande schaalvergroting een rol: wie de wereld van de scholengemeenschap tot de Europese Unie als groot en onherbergzaam ervaart, zou wel eens extra gevoelig kunnen zijn voor de knusse gezelligheid van de streekeigen braderie.

Net als in de vorige periode, zijn de parallelen met architectuur en stedenbouw interessant. Streekgebonden ontwerpen 'verkopen', zoals Carola Simon met fraaie voorbeelden laat zien. De lange rijen eenvormige woningen uit de tijd van de modernisten hebben plaats gemaakt voor gebogen straatwanden met schijnbaar individuele huizen in een retrostijl van nu. De ruimtelijke ordening is nog niet echt overtuigd: in een rapport als de Nota Ruimte zal men tevergeefs zoeken naar pleidooien voor een streekeigen aanpak van verschillende regio's of landsdelen. Wat het Rijk betreft, mag netwerk Randstad er net zo uit zien als netwerk Brabantstad (interessante vraag is daarbij, of de Brabanders dat ook vinden). Van onderop vindt echter een stille revolutie plaats waarbij op lokaal niveau de eigenheid tot in het extreme wordt gekoesterd. Dat daarbij af en toe het verkeerde boerderijtype op de verkeerde plek terecht komt moeten we maar op de koop toe nemen.

Nadat gedurende de vorige eeuw de streek krampachtig tot 'regio' moest worden, verschuiven de panelen aan het begin van de eenentwintigste eeuw: de regio mag langzaamaan weer streek genoemd worden!

LITERATUUR

Bakema, J.B. (1981), *Thoughts about architecture*, New York: St Martins Press.

Bosma, K. (1993), *Ruimte voor een nieuwe tijd*, Rotterdam: NAI Uitgevers.

DE ØRESUND: EEN REGIO, GEEN STREEK

DAVID HAMERS, RPB

De Deens-Zweedse Øresundregio heeft de laatste jaren een staaltje *region branding* laten zien dat zijn weerga niet kent. Lag deze grensregio rondom de zeestraat de Sont voorheen in de periferie, nu vormt ze steeds vaker het hart van allerlei kaarten. Ze neemt een strategische positie in, niet alleen in Scandinavië, maar ook ten opzichte van de Baltische staten en in de Europese Unie. Dat is althans de claim van organisaties die er een groot belang bij hebben dat de Øresund als een sterk merk in de markt staat. Zowel bestuurders, wetenschappers als ondernemers presenteren hun regio als een veelbelovende streek: 'twee landen – één regio' of zelfs 'het land van de mogelijkheden'. Gaat het hier om ronkende reclameslogans en cartografische retoriek of snijden de claims echt hout?

17

Tot voor kort bestond de Øresundregio niet. Uiteraard hadden de Deense en Zweedse kuststreken historische banden, vertoonden ze culturele gelijkenissen, konden hun inwoners elkaar verstaan en voeren dagelijks talloze veerboten heen en weer, maar van een regio was geen sprake. De regio is het product van een politiek besluit eind jaren tachtig. Het gebied, in het bijzonder Kopenhagen, moest een economische impuls krijgen, omdat het economisch belang en het inwonertal van de Deense hoofdstad terugliep. Ook aan de Zweedse overzijde ging het economisch niet voor de wind. Malmö kampte met een neergang in bijvoorbeeld de scheepsbouw en dreigde de overstap naar post-industriële bedrijvigheid niet te kunnen maken.

Daarom werd een grootschalig promotieoffensief gestart. De politiek presenteerde de Øresund als een grensoverschrijdende regio, om aanspraak te kunnen maken op miljoenen aan Europese Interreg-subsidies. Vooral in Kopenhagen werd veel geld geïnvesteerd in grote projecten: de luchthaven Kastrup werd uitgebreid, een metrolijn werd aangelegd en de kantorenwijk Ørestad verrees. Pronkstuk – en symbool – voor de regio was de vaste oeververbinding over de Sont, een tunnel-brugcombinatie voor spoor- en wegverkeer die de Deense en Zweedse overheden zo'n negen miljard euro kostte. In juli 2000 werd de brug officieel geopend. Om de verbinding onder de aandacht te brengen, vindt elk jaar een halve marathon plaats met start en finish aan weerszijden van de Sont. Bovendien werd in oktober 2002 niet alleen de 20 miljoenste passant met bloemen ontvangen, maar in juli 2003 ook het 10 miljoenste voertuig. Wie wat te vieren heeft, kan rekenen op belangstelling.

Het belangrijkste argument voor deze prestigieuze en kostbare brug was dat hij een impuls geeft aan de economie van de regio. Met de brug en de daaraan gerelateerde investeringen moet de agglomeratie Kopenhagen, uitgebreid met het gebied Malmö-Lund, het kunnen opnemen tegen Noord-Europese steden als Hamburg, Berlijn en Stockholm. De ambities zijn groot, op uiteenlopende terreinen. Om op mondiale schaal de nummer één te worden op het terrein van de biotechnologie opereren de universiteiten, ziekenhuizen en biomedische bedrijven gezamenlijk onder de naam Medicon Valley. Om technologische innovatie te stimuleren zijn de Øresund Science Region en Øresund University opgericht. Deze maken de uitvoering van dure, specialistische onderzoeksprogramma's haalbaar en bieden studenten van verschillende universiteiten de mogelijkheid te profiteren van het onderwijsaanbod in de hele regio. Op Europees niveau wil de regio



18

een belangrijke infrastructurele schakel zijn in de wegverbinding tussen Zuid-Spanje en Finland. Ook over het water wil ze een grote speler zijn. De havens van Kopenhagen en Malmö zijn daarom gefuseerd tot C-M-port, die onder meer fungeert als doorvoerhaven voor Toyota's uit Engeland, Frankrijk en Turkije. Op regionale schaal, tot slot, streeft men naar een toegankelijke arbeidsmarkt: Zweden moeten gemakkelijk in Kopenhagen kunnen werken en vice versa. De Kamers van Koophandel van het Zweedse Skåne en het Deense Kopenhagen werken hiertoe samen en uiteraard helpt ook de brug forenzen de oversteek te maken. Op basis van deze ambities en prestaties kan de Øresund een functionele regio worden genoemd.

Toch is van een juichstemming geen sprake. Zelfs na de komst van de brug vormt de Sont een barrière. Veel dagjesmensen en forenzen vinden de toltarieven te hoog, waardoor het aantal passages tegenvalt. Wie per trein

reist – wat goedkoper is dan met de auto – moet veelal overstappen, bijvoorbeeld van het regionale openbaar vervoer rond Malmö op de speciale trein over de brug en vervolgens op een lokale forenzentrein in Kopenhagen. Ook de verschillende belastingsystemen, de verschillende munteenheden en het afwijkende arbeidsrecht maken het de ‘grensforens’ niet gemakkelijker.

Naast deze praktische belemmeringen zijn er sociaal-culturele verschillen. Ze staan de verdere ontwikkeling van de regio wellicht niet in de weg, maar de vorming van een streekgevoel zeker wel. Volgens Christian Tankjær van The Copenhagen Business School is veel Interreg-geld besteed aan congressen waar telkens dezelfde mensen elkaar overtuigden van het belang van één Øresundregio. De elite op de golfbaan weet van de economische potentie van de regio, stelt hij, veel gewone mensen echter niet. Opmerkelijk genoeg maken juist die laatsten het meest gebruik van de brug, met name voor recreatieve doeleinden. Zweden gaan winkelen in het grote Kopenhagen, en Denen boeken een goedkope vlucht met Ryanair, dat niet vliegt op Kopenhagen, maar wel op de kleine Zweedse luchthaven Styrup bij Malmö. Denen beschouwen het Zweedse Skåne, aldus Tankjær, als een exotisch, landelijk gebied dat ontspanningsmogelijkheden biedt, maar veel meer ook niet. De Denen zouden zelfs een beetje neerkijken op hun Zweedse burens; zeker Kopenhagen neemt Malmö en omgeving nauwelijks serieus. Volgens de etnoloog Anders Linde-Laursen zijn er ook vele kleine verschillen die er toe doen. Denen en Zweden gruwen bijvoorbeeld van elkaars afwasmethoden en – wellicht ernstiger voor de organisatie van een regio – er is een verschil in afstand tussen de gaatjes die perforators achterlaten in ambtelijke papieren. Een echt slecht teken is dat er tot op heden geen autoriteit is die het aan beide zijden van de Sont voor het zeggen heeft, dat men het nog steeds niet eens is over de standplaats van het Øresundcomité en dat zowel de Deense als Zweedse overheid na de opening van de brug alle interesse in het stimuleren van het streekgevoel lijkt te hebben verloren. De regio functioneert, maar er zijn nog vele hobbels te nemen. Hoewel we wellicht kunnen spreken van een functionele regio, van een streekgevoel is geen sprake. De gebieden aan weerszijden van de Sont hebben veel gemeenschappelijk en de banden worden hechter, maar de eerste ‘Øresundiaan’ moet nog geboren worden.

19

LITERATUUR

- Frijters, E., D. Hamers, R. Johann, J. Kürschner, H. Lörzing, K. Nabielek, R. Rutte, P. van Veelen en M. van der Wagt (2004), *Tussenland*, NAI Uitgevers/Ruimtelijk Planbureau, Rotterdam/Den Haag.
- Harts, J.J. en H. Ottens (1998), ‘Sontstad à la Randstad? Nieuwe perspectieven voor de Sontregio en Kopenhagen’, *Geografie* 7: 4–7.
- <http://osb.oeresundsbron.dk>
- Interview Atelier Verborgten Land met C. Tankjaer*, 14 juli 2003.
- Linde-Laursen, A. (1993), ‘The Nationalization of Trivialities: How Cleaning Becomes an Identity Marker in the Encounter of Swedes and Danes’, *Ethnos* vol. 58, afl. 3–4: 275–293.

BERNARD HULSMAN

PUBLIEKE ARMOEDE

De terugtrekende overheid is al lange tijd het politieke toverwoord. Vanuit de gedachte dat de onzichtbare hand van het kapitalisme beter werkt dan de ijzeren vuist van de overheid, is ook in Nederland de rol van de overheid op tal van terreinen teruggeschroefd. Zelfs de woningbouw moest er aan geloven: ruim tien jaar geleden werden de woningbouwverenigingen verzelfstandigd en moesten ze het voortaan zonder overheidssubsidies stellen.

Tien jaar na de liberalisering van de woningbouw moet worden vastgesteld dat deze slechts heeft geleid tot 'de nieuwe woningnood'. De productie van nieuwe woningen is gekelderd van zo'n 90.000 eind jaren negentig tot zo'n 60.000 vorig jaar. Maar ondanks het debacle van de geliberaliseerde woningbouw staat nu ook de nieuwe Nota Ruimte van de liberale VROM-minister Dekker in het teken van de terugtrekende rijksoverheid: de ruimtelijke ordening wordt voortaan grotendeels overgelaten aan gemeenten en provincies.

Misschien wel het belangrijkste uitgangspunt van de nieuwe nota is dat de ruimtelijke ordening de economische ontwikkeling van Nederland moet bevorderen. De nota voorziet dan ook in de aanleg van nog meer bedrijventerreinen. Dit leidt tot een wrange paradox. Want als er iets laat zien dat de onzichtbare hand van de markt niet altijd heil brengt, zijn het de bedrijventerreinen.

Bedrijventerreinen zijn de treurigste oorden in Nederland. De verzamelingen vrijstaande bedrijfsgebouwen, vaak omgeven door grote, afgesloten parkeerterreinen, vormen overal in Nederland deprimerende omgevingen. De strookjes groen die je er

nog wel eens tegenkomt zijn te iel voor zinnig gebruik. De gebouwen zijn meestal al even armzalig; het architectonische equivalent van fastfood, snel gemaakt en snel geconsumeerd.

Maar hoeveel ruimte de bedrijventerreinen ook verslinden in het algemeen als vol ervaren Nederland, alles heeft er een goede reden. Te beginnen met de gronduitgifte: gemeentes verdienen er goud geld aan. De parkeerterreinen rondom de bedrijfsgebouwen zijn nodig, omdat iedere werknemer naast de deur wil parkeren. Dat ze dit niet in garages onder de gebouwen doen, komt door de internationaal gezien lage grondprijzen in Nederland. Die zorgen er ook voor dat hoogbouw zelden nodig is voor een rendabel pand. Een extra reden voor de relatief kleine en lage kantoorgebouwen is dat bedrijven liever een eigen kantoor met hun eigen logo erop willen huren dan een anonieme etage in een wolkenkrabber. Het modieuze voorkomen komt voort uit de wens van huurders om een eigentijds onderkomen te hebben. De standaardinterieurs van de kantoren zijn weer het gevolg van de wens van de ontwikkelaar tot flexibel gebruik. En zo heeft elk detail van het gemiddelde bedrijventerrein zijn eigen ratio.

Maar alle logische en economische beslissingen waartoe de tucht van de markt de kantoorbouw noodzaakt zorgen tezamen voor een irrationeel en zelfs absurd resultaat. Van het gemiddelde bedrijventerrein is minder dan de helft bebouwd met armoedige architectuur. Het zoveelste bewijs dat de markt ook kan zorgen voor publieke armoede.

IN MEMORIAM JAN GROEN



Wij zijn geschokt. Op 13 februari kwam onze collega Jan Groen bij een verkeersongeval om het leven.

Sinds 2002 werkte Jan bij het Ruimtelijk Planbureau, waar hij onderzoek deed naar de modellering van ruimtegebruik en bijdroeg aan de lange-termijnsenario's van de diverse planbureaus. Hij studeerde sociale geografie (ruimtelijke planning en economie) in Utrecht. Daarna heeft hij als onderzoeker drie jaar aan die universiteit onderzoek gedaan en onderwijs gegeven. Vanaf 1990 was hij werkzaam bij de Rijksplanologische Dienst.

Jan Groen is co-auteur van de volgende RPB-publicaties: *De ongekende ruimte verkend* (met Hugo Gordijn e.a., 2003); *Scenario's in kaart* (met Eric Koomen e.a., 2004) en de binnenkort te verschijnen RPB-studie: *De markt doorgrond. Een institutionele analyse van grondmarkten in Nederland* (met Arno Segeren e.a.). Hiernaast publiceerde hij verschillende artikelen, waaronder het hoofdessay in *Ruimte in Debat* 02/2004, over landbouw.

Jan was een bijzonder mens. Zijn inzet voor ons vakgebied, waar hij zo van hield, was enorm. Wij zullen deze innemende, sterke en ondanks tegenslagen blijmoedige collega missen.

Wij wensen zijn familie, en vooral zijn zoon Ludo, heel veel kracht.

Alle collega's van het Ruimtelijk Planbureau

COLOFON

REDACTIE

David Hamers
Femke Daalhuizen
Simone Langeweg
Jan Ritsema van Eck

FOTO'S

Atelier Verborgen Land (p. 18)
Pieter Boddaert (p. 15)
Maarten Piek (p. 4, 7)

RUIMTELIJK PLANBUREAU

Postbus 30314
2500 GH Den Haag

BEZOEKADRES

Willem Witsenplein 6
2596 BK Den Haag
T (070) 328 87 00
F (070) 328 87 99

ruimtelijkplanbureau@rpb.nl
www.ruimtelijkplanbureau.nl

ONTWERP

Typography Interiority & Other Serious Matters, Den Haag

DRUK

Drukkerij De Maasstad, Rotterdam