

## **Regionale Beeldverhalen in Gelderland**

*Interview met Mijnke van Kleef, Provincie Gelderland*

**De Provincie Gelderland is trekker van Regionale Beeldverhalen voor de vier Gelderse regio's. Het verhaal van de Veluwe is het eerste project dat aangepakt wordt. De andere regio's, Achterhoek, Rivierenland en Stadsregio KAN (Knooppunt Arnhem Nijmegen) zullen volgen. Ook is de provincie betrokken bij het beeldverhaal 'Dijk van een Delta'. Mijnke van Kleef is aanspreekpunt voor Regionale Beeldverhalen bij de Provincie. In een interview vertelt ze over de visie, de ambitie en de rol van de provincie.**

*In het rapport "Groeten uit Holland" begint de VROM-Raad haar stuk over de regionale beeldverhalen met de zin: Politiek moet je je op de agenda zetten, ruimtelijk op de kaart. Kun jij je vinden in die zin?*

Ja en nee. Regionale Beeldverhalen is voor mij absoluut een middel om ons politiek op de agenda te zetten. Niet alleen politiek, maar ook op de agenda bij de ondernemers. Als het gaat om het ruimtelijke vraagstuk dan vind ik het beter om een stapje terug te doen. Alles wat je doet op het gebied van recreatie in de provincie heeft ruimtelijk consequenties, maar het belangrijkste doel is innovatie/productontwikkeling. Natuurlijk hechten we belang aan de landschappelijke kwaliteit. Die is uitermate belangrijk en ook voor de recreatiesector. Als je het landschap verwaarloost kun je het als ondernemer wel vergeten. Maar dat is wat anders dan het ook echt als belangrijkste doel meenemen in de Regionale Beeldverhalen. Ik denk dat het belangrijk is om het overzichtelijk te houden, anders wordt het te zwaar en te breed voor de ondernemer en dan gebeurt er niets meer.

*Regionale Beeldverhalen haal je uit het veld, dus bij de ondernemer. Hoe leg je de lead bij die ondernemer?*

Op de Veluwe spelen twee organisaties een grote rol, namelijk de RGV en de VBT. Zij zijn in januari begonnen met het organiseren van bijeenkomsten met ondernemers. Het was een erg inspirerende bijeenkomst. Toch denk ik dat de organisatie niet alleen bij twee organisaties/ondernemers moet liggen. Het beeldverhaal van de Veluwe moet van onderop vorm krijgen. Dat betekent dat ook de kleinere ondernemers betrokken moeten worden. De snackbar en de bakker op de hoek zullen weliswaar niet de belangrijkste initiatiefnemers zijn en ook het grootste deel van het middengedeelte zal dat niet doen. Misschien kom je uiteindelijk wel bij de grotere bedrijven terecht, maar dan heeft iedereen wel zijn kans gehad om bij het beeldverhaal betrokken te zijn. Wij willen in dit eerste jaar ieder geval een centrale bijeenkomst organiseren, waarbij we allerlei sectoren willen uitnodigen. Het resultaat van die bijeenkomst moet zijn een breed beeld van de identiteit van de Veluwe en ook ideeën, potentiële projecten. Die projecten moeten bij de ondernemers vandaan komen. Het moet een actiegerichte bijeenkomst zijn, niet een verhaal dat ergens in de la terecht komt. Als voorbereiding van die bijeenkomst worden ook een beleidsanalyse, een analyse van vraag/aanbod en onderzoek naar best practices uitgevoerd. Het is de bedoeling dat het beeldverhaal ergens toe leidt, dat het ergens banen en bestedingen oplevert. Daar doen we het toch voor.

*Hoe past het concept Regionale Beeldverhalen in het beleid van de provincie Gelderland?*

We hebben een analyse laten doen naar de kansen/bedreigingen van de vrijetijdsector, als basis voor ons beleidsdoel. Daar kwam wel duidelijk uit dat de sector het moeilijk heeft. De recessie versterkt dat nog eens. De sector heeft het moeilijk om meerdere redenen. Er is heel weinig fysieke uitbreidingsruimte. Dat is in grote delen van het land het geval en zeker op de Veluwe. De vrijetijdsector staat politiek vaak niet hoog op de agenda bij de gemeentes. De sector is relatief weinig georganiseerd. Met de beeldverhalen zou je daar een bijdrage aan kunnen leveren: meer samenwerken, hoger op de agenda bij de overheden.

*Met wie werkt de provincie daarin samen?*

Er is een kleine kerngroep, waarin de bijeenkomst wordt voorbereid. Daar zijn het VBT en de RGV vertegenwoordigd. Daarnaast willen we samenwerken met gemeenten. We hebben gesproken met het Toeristisch Platform Gelderland, een brancheorganisatie. Voor ondernemers is het belangrijk om een draagvlak bij de gemeenten te krijgen. Gemeenten zijn vaak het eerste aanspreekpunt waar ondernemers mee te maken krijgen.

*Is er al sprake van een rolverdeling?*

Nee, daar is het eigenlijk nog te vroeg voor. Als Provincie organiseren we de regie, samen met het bedrijfsleven. Het is niet onze bedoeling om de inhoud te bepalen, te bepalen wat er moet gebeuren. Dat ligt bij de sector zelf. Het bedrijfsleven moet het initiatief nemen. We zitten niet te wachten op een verlanglijstje met wensen.

*Vrijwel alle provincies zijn bezig met het organiseren van regionale beeldverhalen. Is er een rol weggelegd voor het IPO (Interprovinciaal Overleg)?*

Het IPO heeft een Plan van Aanpak gemaakt en aangeboden aan staatssecretaris Heemskerk, van het ministerie van Economische Zaken. In het Plan van Aanpak zijn 6 pilots benoemd, waarvan de Veluwe er één is. Ook Dijk van een Delta is een pilotproject. We gaan aan de slag met de pilotprojecten. Elke provincie geeft er op dit moment op eigen wijze een invulling aan. In IPO-verband willen we ervaringen gaan uitwisselen. Binnenkort wordt helder hoe dit precies vorm gaat krijgen.

*Wat is nu het innovatieve van een beeldverhaal?*

Het innovatieve van een regionaal beeldverhaal zit in de samenwerking over sectoren heen. Daarnaast natuurlijk ook het inspirerende, de breed opgezette bijeenkomsten en de open benadering. Het moet meer opleveren dan nieuwe fietspaden en arrangementen. Het moet prikkelend zijn, iets waar je mee verder kunt.

*Wanneer is het beeldverhaal Veluwe gerealiseerd?*

Zo'n beeldverhaal is een doorlopend proces, een programma waaronder verschillende projecten gaan vallen. We verwachten dat begin volgend jaar, maart misschien, het idee op papier staat. Voor het einde van 2010 hopen we de eerste projecten zichtbaar te hebben. Tja, wanneer kun je zeggen dat een beeldverhaal er echt staat. Als de identiteit van de Veluwe herkenbaar is voor breed publiek, bewoners, ondernemers, overheden, bezoekers is er sprake van een eerste succes. Maar pas als er projecten zijn en als het zichtbaar wordt in

meer werkgelegenheid en meer bestedingen hebben we echt iets bereikt. Maar ja, hoe meet je zoiets? Dat is nog een lastig punt.

*Jullie zijn druk bezig met de Veluwe. Komen de andere regio's pas daarna aan de beurt?*

De andere regio's kunnen (gedeeltelijk) parallel lopen. We hebben al gesprekken met de Stadsregio KAN en met de Achterhoek. Natuurlijk kunnen we ervaringen en leerpunten meenemen uit het traject dat we voor de Veluwe doorlopen, maar iedere regio heeft zijn eigen aanpak nodig.

*Hoe zie je de rol van de Innovatiefaciliteit van de STIRR (Stichting Innovatie Recreatie en Ruimte in deze?*

Op dit moment werken we nog weinig samen met de STIRR. Ik neem deel aan de studiereis naar Engeland en verwacht daar inspiratie op te doen, maar ook zeker om de contacten met de Innovatiefaciliteit aan te scherpen. De RGV zit bijvoorbeeld in de STIRR en ook in onze kerngroep Veluwe, maar van uitwisseling van kennis en ervaring kan nog meer, want we zullen elkaar hard nodig hebben.

Verschenen in de nieuwsbrief Recreatie en Ruimte, november 2009