

# Introductie

Wat is de identiteit van Groot Saeftinghe, hoe onderscheidend is die identiteit en hoe kunnen we op basis van deze 'eigenheid' het gebied in de ( nabije) toekomst dermate onderscheidend ontwikkelen dat de bewoners en ondernemers er trots op zijn en dat het als bestemming een heus merk is 'waar mensen naar toe willen'? Dat is de vraag die aan IMA gesteld werd.

Dit is geen rapport, maar een longread, om jullie te vertellen hoe wij werken, wat wij gedaan hebben en waar we nog naartoe willen. Met jullie samen. Dit is een verhaal over onze zoektocht, onze reis door het gebied, een verhaal over het leggen van de puzzelstukjes. In het begin

weten we nooit waar het heen gaat en op het laatst blijkt dat alles wat we verteld hebben nodig was. Dan vallen de puzzelstukjes allemaal op hun plek. Hier is dagen en dagen research aan besteed. Mensen hadden tranen in de ogen bij presentaties. Dit is een verhaal over Grenspark Groot-Saeftinghe tot nu toe. Het proces is nog onder construction, maar we praten jullie heel graag bij. En we nemen liever geen blad voor de mond in onze zoektocht. We komen niet om mensen naar de mond te praten. We zijn eerlijk en kritisch. Als we mythes of aannamen over een plek of gebied moeten ontkrachten doen we dat. Met respect voor het gebied en de bewoners.









# Grenspark Groot-Saeftinghe



Grenspark Groot-Saeftinghe. Het is de werktitel voor de ontwikkeling van het nieuwe natuurgebied en zijn omgeving. In het woord 'grenspark' schuilt volgens Paulus Emden Huitema van Identity Matching Academy (IMA) meteen de complexiteit van de locatie. Want de grens tussen Nederland en België loopt er dwars doorheen. "Het park ligt deels in België, met drie polders dicht tegen het havengebied van Antwerpen aan: de Prosperpolder, de Doelpolder en de Nieuw Arenbergpolder. De Nederlandse Hedwigepolder verbindt straks deze Belgische polders met het bestaande natuurgebied het Verdronken land van Saeftinghe." Zo ontstaat er een grensoverschrijdend uniek natuurgebied van 4700 hectare.

Mede omdat de Westerschelde is uitgediept, worden de Prosperpolder en Hedwigepolder weer onder water gezet om natuurherstel te bevorderen. "De polders worden weer onderdeel van de getijdenatuur. Een estuarium heet zo'n gebied, met een bijzondere flora en fauna door de invloed van eb en vloed op het land." En zo ontstaat er een nieuw grensoverschrijdend natuurgebied waar volop kansen liggen voor deze grensregio. Er is Europees geld beschikbaar om het gebied te ontwikkelen, waarbij acht partners samen de kar trekken. Hoe maken we van dit te ontwikkelen Grenspark een sterk merk? En hoe gaat dat bijdragen aan spin-off voor deze grensregio? Dat is de grote opdracht die is uitgezet bij bureau

Servicenet. Zij buigt zich samen met landschapsarchitecten, economen, diverse specialisten, bewoners en ondernemers over de ontwikkeling van het gebied. Voor de eerste stap in dat proces - het vaststellen van de identiteit, de droom en de ontwikkelrichting van 'het merk' Groot Saeftinghe - is IMA ingeschakeld, dat gespecialiseerd is in dit type 'destination branding' vraagstukken.

## Kansen

Dit type vragen werden op tafel gelegd. Wat is nou de identiteit, het DNA, en welke kansen liggen er dan? Stiltegebied van maken of juist bezoekers toelaten? Paulus Emden Huitema en Ellen Honig van IMA laten geen enkele vraag onbeantwoord. Ze duiken enthousiast het gebied in. Om samen met de

stakeholders, 'de streekhouders', van het gebied een antwoord op die vragen te vinden. En zo een exclusief denkkader - en dus ontwikkelrichting - voor het grenspark te ontwikkelen. Een precaire klus ontdekt IMA want er zit veel oud zeer. "De bewoners van de twee polders wilden helemaal niet dat het onder water werd gezet. Samen met bewoners van de gehele regio hebben zij jarenlang geprotesteerd tegen het project en nu moeten ze ineens meedenken hoe leuk het hier kan worden. En zo zijn er meer tegengestelde belangen. Het gaat immers ook over de Haven met de daarbij behorende onteigeningen. Die problemen zijn grensoverschrijdend en zorgen voor sterk verstoorte sociale relaties. Door deze spanningen is het een boeiende en uitdagende klus."









# Fase 1 - Identiteit

IMA start de zoektocht naar de identiteit bij de partijen die het meeste gevoel bij het gebied hebben. De bewoners, bedrijven, bestuurders en organisaties die in en rond de polders actief zijn. Belgen en Nederlanders. Zij kennen immers de geschiedenis, de cultuur en de gevoeligheden als geen ander. "We laten mensen naar zichzelf kijken, houden ze een spiegel voor. Wat hoor, zie, proef, ruik en voel je hier. Ze vullen vragenlijsten in en we praten daarna uitgebreid met ze. Het resultaat is dus niet wat wij van het gebied vinden, maar zoals zij zichzelf zien. Het zijn hún geluiden, hún smaken en hún geuren."

Geluiden, geuren en smaken  
Het is een lange waardevolle lijst met opvallende en gedetailleerde waarnemingen van de streekhouders. De **geluiden** die typisch bij hun gebied horen variëren van stilte, vogels, wind, water van de Schelde, geblaat van het Zeeuws melkschaap, tikken van vlaggenmasten, toeterende schepen en motorcrossers tot het alarm van de Belgische kerncentrale in het nabijgelegen plaatsje Doel.

Bij **geuren** denken ze onder meer aan de zilte lucht van moeras, slik, geploegde aarde, bloesem, uitrijden

van mest op de akker, versgeperst stro en gebakken brood. Maar ook aan de hinderlijke geuren uit de industrie zoals petroleum, tabak en plakband.

De **smaken** van het gebied zijn vis en schelpdieren, zilte groenten uit het verdrinken land, Doelse koggekens, zeekraal, aardappelen presalé-vlees en versgeperst perensap.

"Als je goed naar het gebied kijkt vallen een paar dingen op. Waar je ook in het natuurgebied loopt, overal zie je de twee rokende pijpen van de kerncentrale van Doel. En als je het hebt over smaken, speelt het estuarium, een rol. Omdat het gebied, overigens het grootste estuarium van Europa, continu onder invloed staat van eb en vloed krijg je er een ander soort agrarische teelt dan in een gebied dat altijd boven water staat. Daardoor smaakt wat er groeit anders. Zelfs aardappelen en uien hebben een afwijkende smaak. En dat is interessant."

Ook de grote stad Antwerpen met de havens is nooit ver weg. De stad groeit snel en dat heeft effect op het hele gebied er omheen. "Dat merk je in de taal maar ook in de mentaliteit. Het is hartstikke platteland maar het wordt





steeds stedelijker. Het gebied komt steeds meer in de invloedssfeer van Antwerpen, de havens, de industrie.”

## Historie

Dat er opmerkelijk veel verschillende culturen in het gebied zijn, constateert IMA ook. Hoe komt dat? “Daar moet je de geschiedenis van het gebied voor kennen. Het is poldergebied. Er zijn in de loop der eeuwen veel dijken gebouwd waarna grond is ingepolderd.” Paulus wijst op een

oude kaart uit 1621. “Je ziet hier nog heel veel water. En heel veel eilanden.” Hij pakt er een landkaart van 1700 bij. “Hier zie je al veel meer land. Het landschap verandert in de loop der eeuwen steeds ingrijpend. Hulst was ooit een kustplaats, een vestingstad. En nu ligt Hulst gewoon middenin het land. Net als Urk. Allemaal ingepolderd.”

Dit gebied heeft volgens IMA een veel grotere eilandencultuur in de genen dan je op basis van een

huidige luchtfoto zou verwachten. Axel, Hulst, Philippine. Het waren ooit allemaal havenplaatsen. “Allemaal ‘eigenheimers’, logisch want het zijn van oorsprong dus eilanders. Stel je voor dat je van de Wadden één gebied maakt, dan kun je je voorstellen dat die verschillende eilandculturen gewoon gehandhaafd blijven. Dat is hier ook gebeurd. De geschiedenis is dus nodig om te begrijpen waarom die plaatsjes zo verschillend zijn.

Links van Terneuzen wordt er heel anders naar de wereld gekeken dan rechts. In veel dorpen in Nederland heb je meerdere geloven in een dorp, maar omdat dit eilandjes waren, was het ene protestants en het andere katholiek. Dat heeft extreem effect op de cultuur. Het veranderend landschap is dus heel relevant in de zoektocht naar de identiteit”, concludeert IMA.

Op een recente luchtfoto van het gebied zie je dat de waterstroom van de Westerschelde inmiddels





teruggebracht is tot een kleiner gebied. Ook de Prosperpolder en de Hedwigepolder die toegevoegd gaan worden aan het Verdrongen land van Saeftinghe zijn relatief kleine gebiedjes. Een paar paadjes en een paar grasvelden. Er wonen weinig mensen.

“De dreiging van overstromingen hebben we inmiddels goed onder controle. We zijn keien geworden in dijken bouwen. Dit gebied gaan we bewust door mensenhanden

teruggeven aan de natuur. Vroeger was het de zee die nam. Nu bepalen we het zelf.”

De verschillende culturen in het gebied hebben ook met de landsgrenzen te maken. “Vroeger was het allemaal Nederland. Dat vergeten we weleens. De Slag bij Waterloo op 18 juni 1815 waarbij Napoleon definitief werd verdreven was een Nederlandse overwinning, maar wij vierten die dag in Nederland niet meer. Het was een Nederlandse prins die

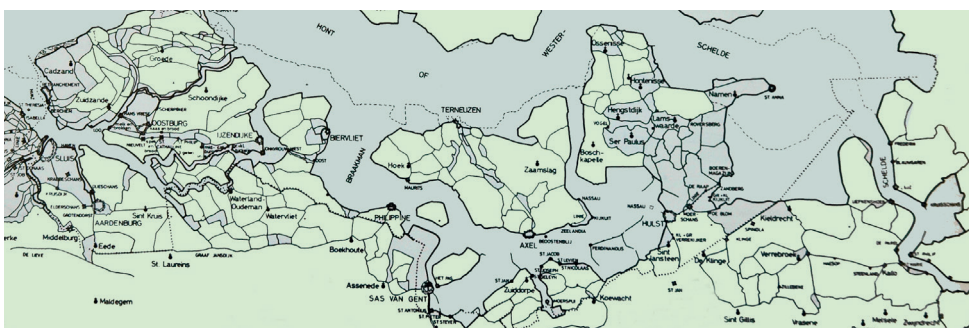
Napoleon daar verslagen heeft. Met hulp van buitenaf weliswaar. Pas sinds 1831 is het België. Nóg later zijn de grenzen echt definitief gemaakt.”

## Roots

Zeeuws-Vlaanderen bestaat pas sinds België onafhankelijk werd. En daarom heerst er volgens IMA in het gebied wat onduidelijkheid over de roots. Zijn we nou Vlamingen, zijn we Belgen, zijn we Nederlanders? “Met de harde grenzen van nu zou je denken dat het

toch duidelijk is, maar in dat gebied voelt dat niet zo. Er is zelfs volslagen onduidelijkheid over. Bewoners daar hebben helemaal niet zo'n sterk bewustzijn dat ze Belg of Nederlander zijn.”

Voor zover er al verschillen zijn, worden die gecultiveerd. In het Belgische deel wordt het verhaal 'Van den Vos Reynaerde' gekoesterd als echt van het gebied. Je ziet de vos in beeldjes op straat, in strips en in spotprenten terugkomen. Het is onzin,





het verhaal is van oorsprong Frans uit een heel ander gebied, maar wordt hier heel erg gedragen. Net zoals de Zeeuwse bolus helemaal niet typisch Zeeuws is. Dat is een van oorsprong joods gebakje, een soort bagel, een gemberbolus die ze daar zijn blijven maken. Dat vindt niet iedereen leuk om te horen”, weet Paulus.

“Wij kijken liever naar wat er gemeenschappelijk is, dat is een fundament waarop je verder kunt bouwen. Natuurlijk moeten we wel

rekening houden met verschillen maar die gaan we niet uitventen.”

## Grens

Het eerste moment in de geschiedenis waarop de fysieke grens tussen Nederland en België ineens voelbaar en zichtbaar wordt is de Eerste Wereldoorlog, begin vorige eeuw. Omdat Nederland neutraal is en België wel meedoet in de oorlog, zetten de Duitsers langs de hele grens prikkeldraad neer. Tot die tijd wordt





er gewoon heen en weer gewandeld en is er van een duidelijke grens geen sprake.”

“Nederland heeft de Duitse Keizer Wilhelm II aan het eind van de oorlog geholpen om zich terug te trekken. Dat werd een rel in Europa, dat weten veel mensen niet. Koningin Wilhelmina heeft hem door Limburg naar Duitsland laten vluchten in plaats van hem gevangen te nemen. Later kreeg hij zelfs asiel aangeboden in Doorn waar hij zijn laatste jaren heeft mogen slijten. In België rees de vraag ‘zullen we Nederland daarvoor straffen?’

De Belgen wilden Zeeuws-vlaanderen en Limburg hebben. Dat is niet gelukt. Nederland heeft zichzelf internationaal weten te verdedigen. Dat was het eerste moment in de geschiedenis dat Zeeuws-Vlamingen nadrukkelijk zeiden ‘wij zijn Nederlanders’. Ze wilden geen Belgen worden. Ineens kwam er een sterk identiteitsbewustzijn naar voren. Net als een Zeeuw-Vlaams volkslied. In deze periode slaat de grens voor het eerst diepe wonden.”

Ook de recente geschiedenis van het gebied is interessant. “De laatste vijftig jaar zijn er steeds plannen gelanceerd. Plannen bijvoorbeeld om

een kanaal dwars door het Verdrongen land van Saefthinghe heen te graven, zodat er aan de westoever van de Westerschelde grote extra havens konden worden gebouwd. Er is veel strijd tegen dat Baalhoekkanaal gevoerd. Uiteindelijk is het tegengehouden maar de strijd heeft veel tegenstellingen en contrasten tussen mensen opgeleverd. Jongeren hebben geen idee, maar ouderen weten het nog heel goed.” Paulus zet een strijdbare stem op en heft zijn wijsvinger. ‘Jij was voor, ik was tegen.’

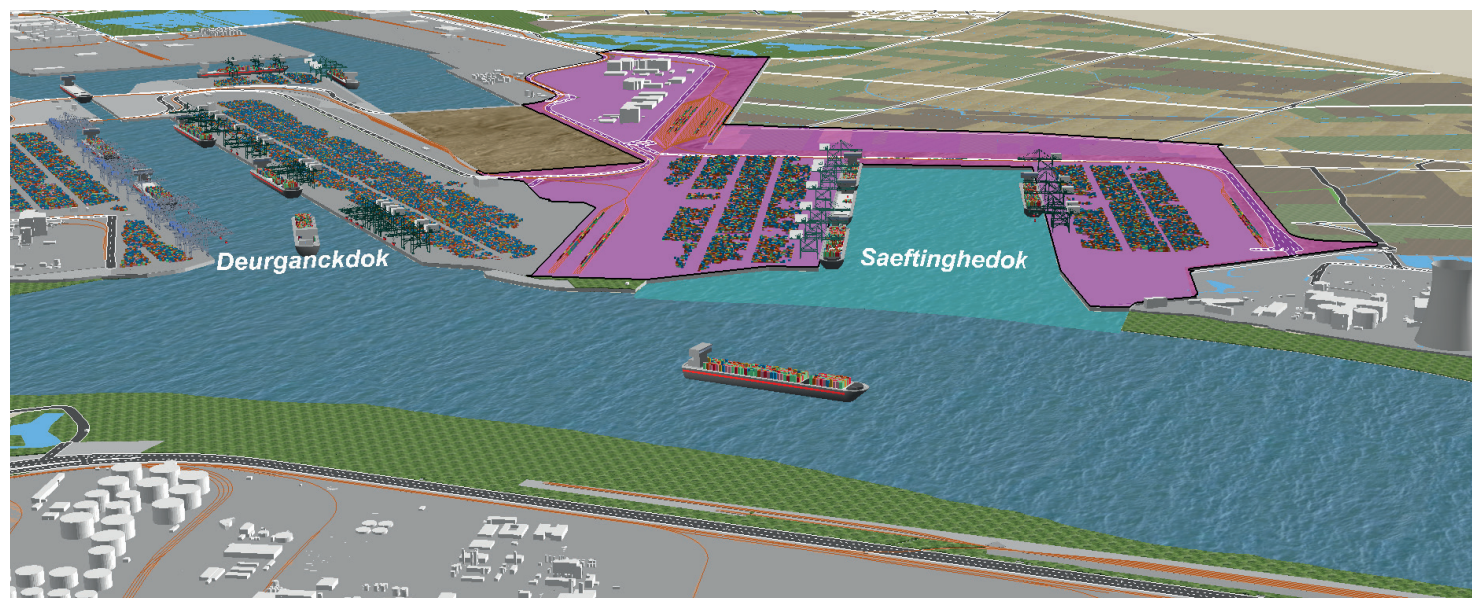
“Ook dingen die dus niet doorgegaan

zijn, hebben impact over hoe men over het gebied denkt.”

Er wordt nog steeds gestreden in het gebied. Tegen de plannen voor de bouw van het nieuwe Saefthinghedok bijvoorbeeld. Daarvoor is het dorpje Doel al grotendeels ontruimd. “Dat is een spookdorp inmiddels. De hele gemeenschap is verplaatst, ze vechten nog en die haven is nog niet gebouwd. De vraag is of het ooit gebeurt. Dat zet veel kwaad bloed.”

Kenmerkend voor het gebied is dat het altijd te leiden heeft onder

externe factoren. Water en de natuur bepalen wat er gebeurt, de oorlog tussen Nederland en Spanje, tussen Duitsland en Europa, de haven van Antwerpen. “Het is nooit ontwikkeld zoals de bewoners zelf graag wilden. Alles is altijd op ze afgekomen. Inpoldering was ook niet hun eigen idee. Dat waren gebieden die waren toegewezen aan bisschoppen of andere geestelijken. Die gingen dan ontginnen en mensen aantrekken. En nu dus weer ontpoldering. Ook niet hun idee. Maar wisselgeld omdat er verderop iets is gebeurd, het uitdiepen van de Westerschelde.”









# 1974

Na hun uitgebreide eerste onderzoek zetten Paulus en Ellen hun bevindingen over het gebied op een rij. Het zijn de eerste belangrijke puzzelstukjes van Grenspark Groot-Saeftinghe. De geschiedenis, de cultuur, de gevoelens van de streekhouders, de conflicten, de overeenkomsten.

En dan volgt een cruciaal moment in het proces. Als detectives gaan ze combineren en deduceren, op zoek naar een metafoor die ze grip geeft op het gevoel van het gebied. Paulus: "Ik ben er apetrots op dat het ons gelukt

is om het hele verhaal van het gebied samen te vatten in één moment in de geschiedenis. Het historische jaar 1974."

Het jaar dat British Airways ontstaat, de Volkswagen Golf op de markt komt, Abba het songfestival wint en Rubiks Cube een hit wordt. "Als je in Nederland praat over 1974, begint iedereen over de verloren finale WK voetbal, over Johan Crujff, wij waren de besten. Dat gevoel. Maar wie weet nog hoe Nederland zich kwalificeerde? Op doelsaldo. En wie was nummer twee in onze poule?



België. Wij moesten nog één wedstrijd tegen ze spelen. Bij 0-0 waren wij op doelsaldo door en dat is gebeurd. Met hakken over de sloot naar het WK dus. Evenveel punten als België, maar zij waren er niet bij."

"Als je in België praat over 1974, begint iedereen over misschien wel het beste jaar van Eddy Merckx. Hoezo WK voetbal? Wielrennen! Het jaar waarin Merckx wereldkampioen werd, de Tour de France won, de Giro d'Italia. Bizar zo goed. Én hij werd beschuldigd van doping in dat jaar. Drie keer zelfs werd hij betrapt. De Tour wilden ze alleen nog organiseren

als hij niet meer mee zou doen. Ze waren er wel een beetje klaar mee dat hij steeds won. Men was Merckx in dat jaar ineens ook beu, maar daar hoor je nooit meer wat over. Zoals we nooit meer wat horen over die hakken over de sloot naar het WK, horen wij nooit deze kant van Merckx. Hij blijft net als het Nederlands Elftal de beste."

Maar er is meer in 1974. "Nederland krijgt in dat jaar voor het eerst enorm met het gebied waar Grenspark Groot-Saeftinghe in ligt te maken. Luister maar", zegt Paulus, terwijl hij een videoclip start. De beelden zijn duidelijk oud en wat vaag maar de





stem klinkt helder en bekend:

'Hee schon wijveke, ge wit da'k a gere zie, loat ne keer zien oe gem da mij zie.

Totte mij, totte mij, totte mij, totte mij, mej al a kracht, doe ut dan, doe ut dan, schon wijveke, schon wijveke...'

Ivan Heylen zingt 'De wilde Boerndochtere'. "Dit is een lokaal polderdialect. Hij komt hier uit de buurt. Deze man werd in één klap bekend in Nederland met het nummer."

In 1974 wordt ook de kerncentrale van Doel in gebruik genomen. En 1974 is het jaar waarin het Verdrongen land van Saeftinghe natuureservaat wordt. Een staatsnatuureservaat dat in een paar jaar later overgedragen wordt aan de Stichting het Zeeuwse Landschap. "Op één moment in de geschiedenis wordt tegelijkertijd in een klein gebied een ding hoogbeschermd natuurgebied en pal eraast wordt het meest moderne industriële gebouw in gebruik genomen. Krankzinnig. Dat zou nu niet meer kunnen. Zware industrie en

landpark. Dat levert bizarre plaatjes op, van een dijk met een oude molen en op de achtergrond dikke rookpluimen uit de kerncentrale."

## Industrie, natuur en landbouw

In 1974 ontstond dus de drie-eenheid industrie, natuur en landbouw. Volgens IMA een unieke combinatie die je nergens anders in Europa zo gecombineerd in zo'n klein gebied tegenkomt. "Dus als we de identiteit

van het gebied benoemen, moet dat altijd vanuit het perspectief van industrie, natuur en landbouw. Waar je ook bent, altijd zijn die andere twee in de buurt. En die ervaar je ook letterlijk. Als je in de natuur loopt zie je die kerncentrale in zijn werk en grote containerschepen varen voorbij."





# Wat biedt het gebied?

Wat heeft het gebied nu eigenlijk te bieden? Voor bezoekers, voor bewoners, voor bedrijven? Dat is een belangrijke onderzoeksvraag voor elke gebiedsontwikkeling. Toch wordt deze veel te weinig gesteld, of te weinig kritisch beantwoord. De wens is te vaak de vader van de gedachte: "Het is hier echt heel leuk, want we hebben een pannenkoekenhuis en een speeltuin."

Als je kritisch doorvraagt of dat nu echt zo onderscheidend is en of mensen dat elders echt niet kunnen vinden, dan blijkt die échte meerwaarde voor bezoekers, bewoners en bedrijven vaak reuze tegen te vallen. Dus als je van toegevoegde waarde wil zijn en die groepen aan je wil binden, moet je daar dus serieus werk van maken.

IMA heeft daar in haar methode grondig in voorzien. Door kritisch te zijn op alle aannames. Een antwoord te vinden ze door intensief te gaan graven en alles te noteren wat ze tegenkomen. Het moet namelijk wel écht waar zijn of waar kunnen worden. Eerlijk is eerlijk: het valt allemaal wat tegen. Over de bestaande accommodaties zijn ze niet laaiend enthousiast.

"Hier en daar wat hotelletjes, niks bijzonders, wat bed & breakfast, een jeugdcentrum in de Prosperpolder waar we een paar sessies hebben gedaan. Het aanbod is behoorlijk beperkt en veel ligt buiten het gebied. Het is voornamelijk accommodatie in het laag en middensegment, niks trekt echt de aandacht."

De beeldbepalende bedrijven zijn eigenlijk de kleine agrarische bedrijven. Bijzonder omdat ze aan zilte teelt doen door het estuarium waarin ze zetelen. Ze vormen een groot contrast met de andere spelers in het gebied. De haven van Antwerpen, de kerncentrale van Doel. De boeren versus de havenbaronnen. Geen gesprekspartners op gelijk niveau. "En dan heb je nog Pabo in Hulst, het erotisch postorderbedrijf. Er is betonbouw, het Zeeuws Landschap en de containeroverslag.

Paulus grijnst: "Raar gebied hè? Grote publieksevenementen zijn er niet. Zelfs met Antwerpen zo dicht in de buurt is alles toch alleen gericht op locals. Dat geldt ook voor de winkels. Alles is klein. Er zijn boerderijen die streekproducten aanbieden. Polderketchup uit Graauw en mosterd uit Beveren. Het zijn voornamelijk de





streekbewoners die het kopen, ze trekken geen grote massa bezoekers naar het gebied. Cafés zijn er weer wel volop, een pintje drinken is hier geen enkel probleem. Dat vindt iedereen heel belangrijk. Net als lekker eten. Iedereen heeft het over culinair, maar het gekke is dat het pas culinair wordt vanaf Hulst richting de kust. Tussen Hulst en Antwerpen zit niets dat de moeite waard is. Niets waarvoor je in de auto zou stappen", stelt IMA.

Toeristische attracties zijn er niet. "Dus niemand heeft van het gebied gehoord. De enige attractie is wandelen in het Verdrongen land van Saeftinghe. En ongewild begint het plaatsje Doel een toeristische attractie te worden. Voor fotoshoots, omdat het een spookstad is."

IMA ziet dat er wel pogingen gedaan worden om een toeristische attractie te maken van de oude Spaanse linies, van de forten. Vestingstadje Hulst trekt en de pontjes tussen Walcheren en Zeeuws-Vlaanderen maken het gebied voor fietsers toegankelijk. "Waasland, dat is het Vlaamse deel van het gebied promoot zichzelf als superinteressant en neemt altijd vestingstad Hulst mee als trekpleister. Opvallend want dat ligt helemaal niet in Waasland.

Alsof je zegt 'kom naar Drenthe want het is vlakbij Friesland'."

Sport is ook geen issue in het gebied. Geen grote wedstrijden, geen topsport. Weinig bootjes, wel veel recreatieve fietsers. Het openbaar vervoer vindt iedereen waardeloos, net als de wegen. Het gebied is slecht bereikbaar.





# Dromen

Dan breekt voor Paulus en Ellen misschien wel hun meest favoriete onderdeel van het proces aan. Samen met ruim 60 streekhouders van Grenspark Groot-Saeftinghe gaan ze op zoek naar verbeteringen, naar de mogelijkheden voor het gebied. Dat doen ze door middel van workshops. "Geweldige sessies. Iedereen was er, van grote bedrijven tot bewoners en bestuurders. Alles zat en liep door elkaar, er werd discussie gevoerd. Tot laat in de avond, biertje erbij, barbecue aan, supergezellig. We hadden echt dikke pret."

Tijdens die sessies worden de pluspunten en de nadelen opgesomd. Open en eerlijk en dat kan behoorlijk confronterend zijn. De pijnpunten die ook IMA al ontdekt heeft in het gebied worden feilloos blootgelegd en benoemd door de betrokkenen in het gebied.

Vervolgens gaan ze knippen en plakken om hun dromen over Groot-Saeftinghe vorm te geven. Ze worden verdeeld in vijf groepen en krijgen grote vellen met merken en beelden. Daar moeten ze er 12 van kiezen en opplakken. "Merken die jouw gevoel van het gebied beschrijven. Aan het eind komen de groepen samen,

dan hebben we wel vijftig merken en die moeten we door discussiëren terugbrengen tot 12. Je kunt je wel voorstellen hoe dat gaat", zegt Paulus vrolijk. "Heel verhit soms. 'Neeeeeee Osborne hoort er echt bij' of 'Volvo, ben je gek geworden'. Fantastisch is dat. Vervolgens gaan we foto's selecteren van die merken die dat gevoel in zich hebben. Zo krijgen we voor het eerst visualisatie van het gebied. Van het gevoel dat ze zelf belangrijk vinden."

De twaalf merken die volgens de deelnemers het beste het



streekgevoel weergeven zijn: Oerol, Osborne, vandeStreek (bier), Wereldnatuurfonds, Airbnb, Buienradar, Tony's chocolonely, Lego, de Appelaere (appelsap uit Zeeland), le Creuset, Landrover en National Geographic.

De sfeerbeelden die volgens de streekhouders het best bij het gebied passen zijn: schapen, wandelschoenen, barbecueën in het park, fietsen, klaprozen, een landrover in de modder, ambachtelijke soep en een steigerpaal met roestige ketting.

IMA voegt al deze merken en beelden samen, vult die aan met de eigen bevindingen en komt dan tot deze waarden voor het gebied: Ondernemend, Koppig, Uniek, Passie en Sterk.

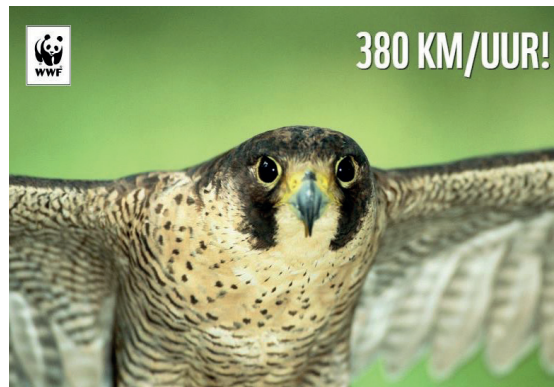
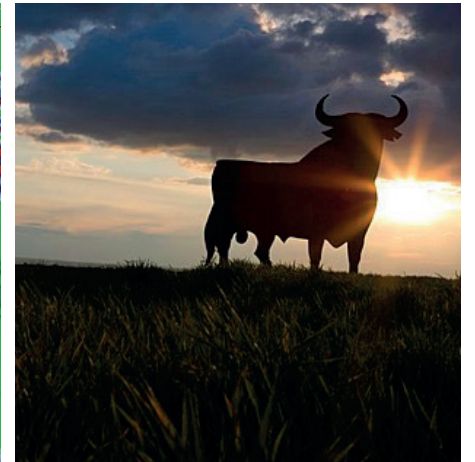
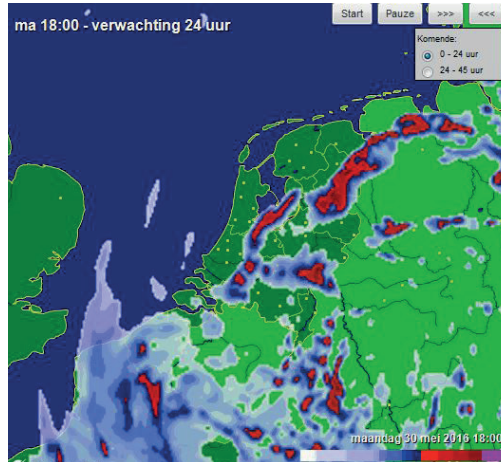
Weer is de identiteitspuzzel een stukje verder gelegd.

Paulus benadrukt dat het écht een grensgebied is "Het moet niet té Nederlands zijn. Voor het gebied hebben we nu dus een duidelijke nieuwe grens in beeld. Daar waar de invloedssfeer van de Schelde ophoudt, waar het estuarium niet meer voelbaar is, daar zijn we niet meer in

Groot-Saeftinghe. Als mensen om Groot-Saeftinghe heen varen dan varen ze ander gebied in. Dan varen ze de haven van Antwerpen binnen."

Daar heeft IMA conclusies aan verbonden. Overal waar je de drie-eenheid van industrie, natuur en landbouw voelt, ben je in het gebied. Als je één van die drie kwijt bent, ben je uit het gebied. Daarmee heeft IMA een mentale grens weten te creëren.







# Conclusies identiteit Groot-Saeftinghe

Deze eerste -misschien wel belangrijkste- fase van het proces om de kansen voor Groot-Saeftinghe helder in beeld te krijgen, vat IMA als volgt samen:

“Groot-Saeftinghe is een grensgebied zoals het zou moeten zijn; noch het één, noch het ander. De grens is hier niet scherp gesneden, maar vloeit door het landschap, zowel fysiek als mentaal. Hoewel het verleden voelbaar is, wordt er nadrukkelijk geleefd in het heden. Want leven met de littekens uit het verleden kenmerkt ook het karakter van de streek. Voor

mooimakerij is hier weinig tijd of interesse. Dan wordt liever het leven gevierd.

Hoe ver het oog ook reikt, alles wat je ziet is met mensenhanden gemaakt; de polders en boerderijen, de dijken en de sloten, de dorpen, de linies en vestingen, de industrie en zelfs de natuur. En als je zo door het landschap wandelt, voelt dit alles ongewoon natuurlijk aan. Er is als het ware een drie-eenheid ontstaan zoals je die zelden treft; alles onlosmakelijk met elkaar verbonden.



De tijd heeft niet stilgestaan, maar had hier ook geen haast. De grootste veranderingen zijn hier zichtbaar, op gepaste afstand en dat geeft een zekere rust. Om te genieten van de vogels, de kreken, de gewassen en de traag voorbijtrekkende schepen. Met in de ene hand de toekomst en in de andere hand een pintje...”

Met hun bevindingen en conclusies krijgen Paulus en Ellen tijdens de presentatie aan de streekhouders de handen op elkaar. Er wordt letterlijk geapplaudisseerd. “Altijd spannend dat moment”, geeft Paulus toe. “Ze kunnen ook heel hard boe roepen.”

Maar ze worden geknuffeld. ‘Jullie hebben ons echt begrepen, jullie snappen wat wij willen, wat onze dromen zijn’, zijn de reacties uit de zaal. “Een mooier compliment kunnen we niet krijgen. Om de volgende stap te kunnen zetten is het belangrijk dat er vertrouwen is. Zodat we ze enthousiast mee kunnen nemen naar de volgende fase.”









# Fase 2 - Denkkader Grenspark Groot-Saeftinghe

Die tweede fase is het omzetten van de uitgedokterde en door iedereen omarmde identiteit van Groot-Saeftinghe naar een net zo gewaardeerd denkkader. Een denkkader dat helemaal gebaseerd is op de nieuwe genius loci, de geest van de plek. "Wat zou er nou echt bij dit gebied passen? Een antwoord op die vraag kunnen we niet geven zonder te weten wat er in de wereld speelt. Wat zijn de trends en de ontwikkelingen? Die moeten we in kaart brengen vanuit het perspectief van de identiteit. Ze moeten dus relevant zijn, heel specifiek passend bij de identiteit van Groot-Saeftinghe."

Opnieuw neemt IMA het gebied uitgebreid onder de loep. Dat houdt in dat ze kijken naar wie nu de grote invloedrijke spelers zijn in het gebied en waarop hun 'aanzien' gebaseerd is. "Welke schreeuwlelijken bestaan er nog? Wordt er tegen ze opgekeken omdat ze echt zo goed zijn of is dat een erfenis uit het verleden? Waren ze ooit goed en nu misschien niet meer? Die kwaliteiten onderzoeken we. In dit gebied zien we veel krachtenvelden van grote spelers die lawaai maken. De stad Antwerpen heeft bijvoorbeeld extreem veel invloed op de ontwikkeling van het

gebied. Antwerpen werkt met andere grote partijen samen. Dat gaat om hele grote plannen. En dan zijn mensen bezig met het ontwikkelen van een Geopark. Om van het gebied eventueel een Unesco Geopark te kunnen maken. En zo zie je binnen verschillende gremia diverse partijen hun posities innemen. Sommige partijen hebben genoeg mankracht om in al die overleggen aanwezig te zijn en hun stempel te drukken. Voor de haven van Antwerpen is het niet zo moeilijk om hun belangen te beschermen, maar die individuele boer kan dat niet opbrengen. Die moet ook nog een keer zijn gras maaien. Hoe gaat hij dat allemaal doen?"

Maar er zijn meer spelers en krachten in het gebied actief. Plaatsen als Hulst, Beveren, Sint Gillis en Stekene doen allemaal hun best om mensen naar hun gemeenten te lokken. "In Hulst zijn het zelfs verschillende partijen die allemaal lawaai maken. Met eigen brochures, eigen websites roepen ze van alles. Dan heb je nog overkoepelende merken. Waasland in België, Land in Zee in Zeeland. Die claimen allemaal het gebied. 'Het is hier zó bijzonder'. Het zijn partijen die we niet zomaar opzij kunnen zetten."

Vervolgens zet IMA de stap naar Brandmapping. "Wie heeft in het gebied dezelfde claim als wij? Wie focust zich ook op natuur? Waar komen de klanten straks vandaan? Moeten we het gebied vergelijken met unieke natuurparken als de Everglades of het Great Barrier Reef? Rekenen we op wereldwijde belangstelling of is het een recreatiegebied voor de Antwerpenaren? Die een half dagje weg gaan."

Om kansen en bedreigingen scherp te krijgen moet de concurrentie goed in beeld worden gebracht.

Er wordt als veel aan landschapsontwikkeling gedaan in het gebied, constateert IMA. Het Rivierpark Scheldevallei ontwikkelt stroomopwaarts de Schelde tot toeristisch gebied. Daar gaan miljoenen naar toe. Het is een gebied waar een groot deel van de Antwerpenaren naartoe gaat.

Dan is er nog Groot-Schietveld, een groot grenspark richting Brabant. De Kalmthoutse Heide ligt in de buurt. "Denk maar niet dat je het enige natuurgebied in de omgeving bent", zegt Paulus laconiek.





## Exclusiviteit

De moed zou je bijna in de schoenen zinken. Nergens voor nodig, klinkt het monter. "Als we kijken wat het niveau van het buitengebied is, dan is het elders echt beter. Wat dat betreft hebben ze zich hier nooit druk hoeven maken dat het gebied té populair zou worden. Maar dat sluit juist goed aan bij de dromen van de mensen in het gebied. Zij zitten namelijk helemaal niet te wachten op massatoerisme, maar zien liever een klein groepje wielrenners op zondag."

In het natuurgebied het Verdrongen land van Saeftinghe mag maar een beperkt aantal bezoekers per jaar

komen. Reclame maken voor meer bezoekers heeft dus eigenlijk geen zin, want de maximum aantallen komen al. "Je ziet de beperkingen al, dus what's the plan? Maar hé, als die exclusiviteit dus bij wet geregeld is, zouden we daar slim mee om moeten gaan. We moeten het gebrek aan beschikbaarheid laten afstralen op het gebied. Benadrukken dat het heel bijzonder is dat je er zit. In plaats van een armoedig gebied, maken we er een exclusief gebied van. Dé oplossing als je geen massatoerisme wil. Om exclusief te worden moet het gebied wel een verbeteringslag doormaken." En zo ontstaat er vanuit de wens van

de betrokkenen ineens een duidelijke en kansrijke oplossingsrichting. Exclusiviteit werkt. IMA heeft genoeg voorbeelden van plekken in de nabijheid van steden, die door exclusiviteit zichzelf kunnen blijven. Het Vuurtoreneiland bij Amsterdam bijvoorbeeld. "Ze hebben een restaurant op het eiland dat maar een beperkt aantal couverts per jaar beschikbaar heeft. Je moet er ruim op tijd voor intekenen, echt je best doen om er te kunnen eten. Dat betekent overigens ook dat de prijs automatisch omhoog gaat. Met minder mensen kun je dus best meer verdienen. Interessant hè", lacht Paulus. "In de

bergen in Zwitserland mag je sinds kort in een 'hotel' voor 306 dollar een nachtje in de buitenlucht slapen. Een compleet bed staat buiten, een lokale boer met regenlaarzen is de butler. Er zijn al 1.300 aanvragen uit de hele wereld binnengekomen. Of je slaapt voor een godsvermogen in een monumentale havenkraan op de NDSM-werf in Amsterdam. In Zweden in Farviken een gehucht van 500 man, moeilijk bereikbaar, staat een restaurant dat een half jaar van tevoren om 12 uur 's nachts timeslots opent om te reserveren. Je moet meteen 350 euro per persoon betalen, maar wel een high five als je een tafel hebt. Dat is exclusiviteit ten top, en je zit gewoon in een blokhut. Maar wel een supershow."

Het landschap als decor voor kunst. Ook een trend. Kijk naar kunstenaar Daan Roosegaarde en zijn lichtinstallaties voor de Afsluitdijk. Of het monument voor de MH17-ramp is een landschappelijk ontwerp. "Je zou hier met getijdekunst een verhaal van het gebied kunnen vertellen. Kunst die je alleen ziet als het eb is. Zo zet je het unieke van het estuarium in."





# Bewustzijn is hot

Een andere trend die IMA benoemt is bewustzijn. Consciousness is hot. "En dat is prima te verhandelen. In Zuid-Zweden staat een klimaatneutraal gebouw met een congrescentrum, spa, educatie, restaurant en overnachtingsmogelijkheden. Alles doen ze daar zelf. Ze wekken zelf hun energie op. Prachtig gebouw, half kas, half roestkleurige boerderij. En in Brooklyn New York staat een hotel dat helemaal groen is en draait op windenergie. Alles is elektrisch, als je er een auto leent, krijg je een Tesla. Het zwembad op het dak is gevormd uit 'geredde' spoorwegbanden."

Maar ook dichterbij huis is het bewustzijn doorgedrongen. Mooi voorbeeld is de boerenautomaat. Waar je bij Febo een kroket uit de muur trekt, haal je bij de boer bloemkolen, eieren, tomaten en zelfs diepgevroren kippen uit de automatiek. Geen tussenhandel meer nodig, maar rechtstreeks kopen bij de boer. Smaakvol en je weet waar je eten vandaan komt.

"Er is toenemende vraag naar alternatieve landbouw. We zien vertical farming, als je ruimte beperkt is ga je de hoogte in. Ook in kassen. En zilte

landbouw is in opkomst. Daar is dit natuurlijk helemaal het gebied voor."

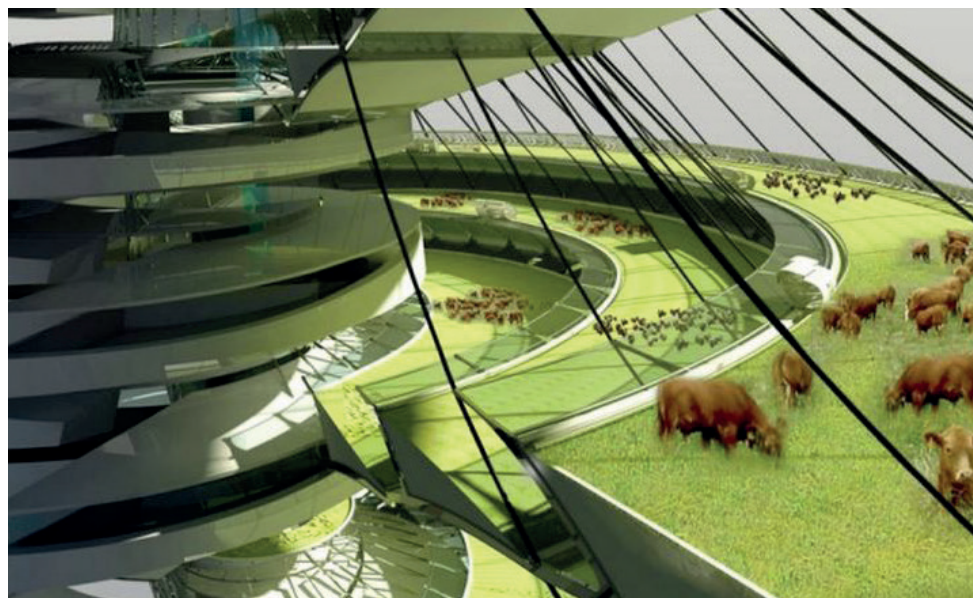
In de slijpstream van bewustzijn gaat volgens IMA bezinning moeiteloos mee. De aandacht daarvoor groeit. Niet per se in je eentje in een hutje op de hei. Op veel verschillende plekken komen mensen bij elkaar om samen op goede ideeën te komen. Even de rust opzoeken. Groen is ook een medicijn om van je burn-out af te komen. De helende natuur.

In Scandinavië ontstaan steeds meer publieke miniruites.

Kleine schuilhutten zonder horecafaciliteiten, zonder service. Plekken waar je even stil kunt zijn, waar je je bewust wordt van de omgeving.









# Kaap Saeftinghe

En dan is er nog het fenomeen van de bucketlist. Populairder dan ooit. Een al dan niet fysieke uitdaging aangaan die op je lijst staat. "Na de middelbare school neemt bijna iedereen nu de tijd om iets van zijn bucketlist te strepen. Eigenlijk is het al zo oud als de weg naar Rome. Vroeger telde je pas mee als je een kaap, een in zee uitstekende landpunt, gerond had. Dan had je een mijlpaal bereikt. Want zo'n kaap was door de sterke stroming vaak lastig te passeren. Het is zelfs in onze spreektaal opgenomen; je hebt de kaap gerond, je hebt iets voor elkaar gekregen."

Een kaap is vaak duidelijk zichtbaar door markeringen op de plek. Een bakens of een toren in het landschap. Of een eenvoudig bord, zoals bij Kaap De Goede Hoop, de meest zuidwestelijke punt van Afrika. Die markeringen benadrukken dat je een kaap aan het ronden bent. Die zichtbare bakens geven je het gevoel dat je iets hebt bereikt. Of dat je thuis bent gekomen. Je bent binnen, je bent er.

Voor IMA breekt dan een bijzonder moment aan. De laatste puzzelstukken zijn gevonden en gelegd. De



identiteit, de concurrentie, de kansen, trends en ontwikkelingen in de markt staan op een rij. "Die leiden tot een logische conclusie. Het denkkader voor dit gebied is Kaap Saeftinghe, met als ondertitel Zicht op de waan van de dag. Omdat je hier die bizarre driehoek hebt van natuur, landbouw en industrie, heb je hier teruggetrokken in de natuur toch altijd zicht op die twee andere dingen. En als je vanaf een afstandje of vanuit de hoogte zicht hebt, word je van nature wat beschouwelijker."

En zo is de puzzel na intensief graven, praten, filosoferen en concluderen

compleet. Lees even mee met IMA's beschouwing over het gebied, dan valt het denkkader 'Kaap Saeftinghe, zicht op de waan van de dag' precies op zijn plek.

Suberbia (hoogmoed) en Avartia (hebzucht) zomaar twee van de zeven hoofdzonden die volgens de legende een cruciale rol hebben gespeeld bij de ondergang van Saeftinghe. De natuur werd getart, de armen werden verwaarloosd. De klokken van de kerktoeren zouden blijven luiden om dit voor eeuwig duidelijk te maken. (De toren is inmiddels verdwenen, maar de klok hangt nu in Graauw)

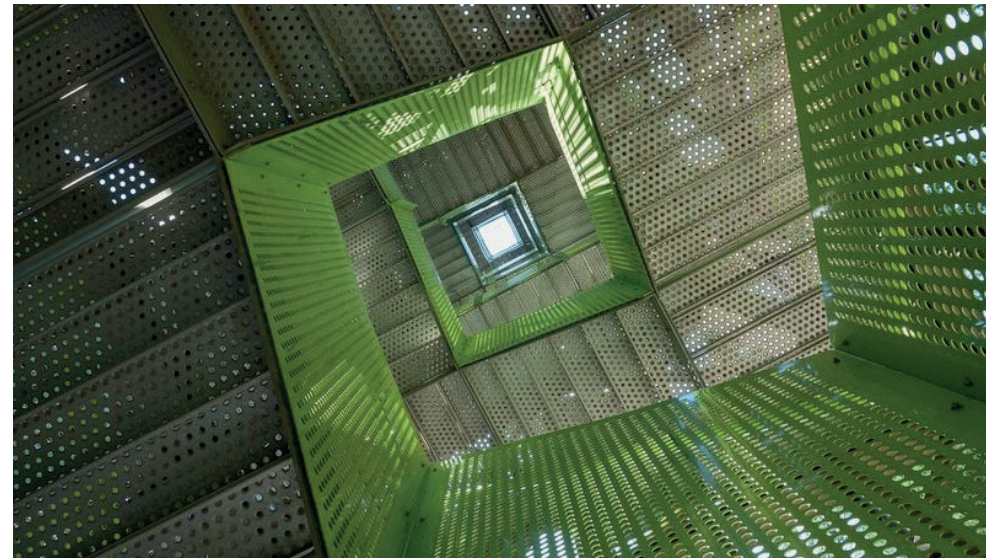


Het Verdrongen Land van Saeftinghe is meer dan een natuurgebied, het is een KAAP die gerond moet worden door de schepen op weg naar Antwerpen. Een laatste mijlpaal voor de veilige haven wordt bereikt.

In deze tijd waarin de economische ongelijkheid toeneemt en de problemen met het klimaat grenzen stellen aan ongebreidelde groei, is het van groot belang af en toe afstand te nemen van de waan van de dag. Tijd te nemen voor reflectie. Wat zijn de échte doelen, wat zijn dán belangrijke mijlpalen en welke

middelen passen daar dan het best bij?

Vragen die pas beantwoord kunnen worden als je de tijd neemt even stil te staan. Het liefst met uitzicht op de waan van de dag. Zodat je je bewust wordt van de impact van die beslissing. Daarom race je niet door het gebied maar wandel je, sta je stil en denk je op het ritme van een rustige hartslag. Gelijk die van de getijden: voorspelbaar en betrouwbaar...





# Zicht op de waan van de dag



De focus in het gebied moet dus volledig komen te liggen op bezoekers die graag even afstand willen nemen van de waan van de dag. Paulus: "Hier zie je het heden en het verleden. De oude Spaanse linies, de wandelpaden, de grenzen, de industrie. Alles wat over het gebied is heen gestort is zichtbaar. In één oogopslag zie je de herwonnen natuur, de bijzondere landbouw en de moderne industrie. Waar zijn we nou eigenlijk mee bezig? Hier moet je wel tot bezinning komen. En inspiratie opdoen voor de toekomst. Vlakbij grootstedelijk gebied is dat een fantastisch plek om te doen. Niet naar de hei, maar

naar Kaap Saeftinghe. Die moet op je bucketlist komen. Wie dit bijzondere gebied bezocht heeft, komt gelouterd thuis. De rust, het lagere tempo, het uitzicht op de waan van de dag, de nieuwe natuur, de zilte teelt, de gastvrijheid, alles heeft impact op het gemoed. Uiteindelijk wordt zo niet alleen fysiek, maar ook mentaal een kaap gepasseerd: Kaap Saeftinghe."

Nu het denkkader er is, begint voor de streekhouders (de projectgroep, de landschapsarchitect, de ondernemers) misschien wel de allerleukste fase. Zij mogen zelf actief aan de slag om invulling te gaan geven aan

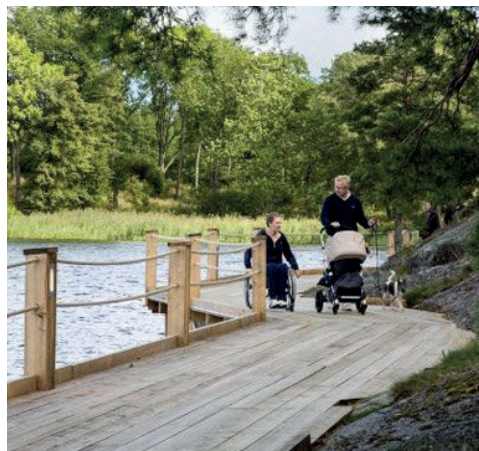
de nieuwe identiteit. Dus geen fietspaden aanleggen om zo hard mogelijk door het gebied te racen, maar wandelpaden. Ruimte creëren voor bakens, grensmarkeringen en landschapskunst. Misschien moet er wel een uitkijktoren komen. Kunst die alleen zichtbaar is met eb? Educatieve programma's voor kinderen misschien? Kaap Saeftinghe heeft kwaliteit nodig om aantrekkelijk te zijn in het grote speelveld van recreatie, toerisme en events. Dat vraagt om investering en samenwerking van ondernemers. Ze moeten het aanbod in het gebied goed op elkaar afstemmen en

ontwikkelen. Accommodaties moeten exclusief en kleinschalig zijn. Maar wel luxe en bijzonder. Je zet deze bestemming natuurlijk niet voor niets op je bucketlist.

En IMA helpt in dat proces. Denkt mee en checkt voortdurend of de plannen passen bij het denkkader. Kaap Saeftinghe moet een begrip worden in de spreektaal. "Dat mensen heel goed nagedacht hebben voordat ze een beslissing nemen. Zeker niet over één nacht ijs zijn gegaan en dan vol overtuiging zeggen: 'We zijn Kaap Saeftinghe gepasseerd'.









# Van denkkader naar merkconcept

Binnen het project werken tal van partijen samen aan de invulling van het denkkader 'Kaap Saeftinghe - Zicht op de waan van de dag'.

## Projectgroep

Kaap Saeftinghe is een bijzonder denkkader voor het gebied dat nu in de praktijk concrete invulling moet krijgen. Doelstelling moet zijn dat het gebied niet óók in de catalogus van Waasland & Hulst moet komen te staan, maar een gezamenlijke toegevoegde waarde moet opleveren. Dus dat Kaap Saeftinghe op de bucketlist komt en dat beide gebieden meeprofiteren. Andersom kannibaliseert het anders het bestaande aanbod. De projectgroep zal scherp moeten zijn in de beoordeling van de kwaliteit van het te ontwikkelen aanbod.

***Dus niet op basis van compromissen een lappendeken van aanbod creëren, maar compromisloos invulling geven op basis van gedeelde waarden.***

## Landschapsarchitect

Het zicht op de waan van de dag én het ervaren van schuivende grenzen is het resultaat van het werk van de landschapsarchitect.

***Dat betekent dat er grote gebaren nodig zijn om helder en aantrekkelijk te zijn. Ruimte creëren voor de bakens, de grensmarkeringen en de landschapskunst. Bewandelbaar in ondergrond en afstand, maar niet geschikt voor snelverkeer (incl. racefietsen).***

## Ondernemers

Kaap Saeftinghe heeft kwaliteit nodig om aantrekkelijk te zijn in het grotere landschap van recreatie, toerisme en events. De economische doelstelling is niet om zo veel mogelijk mensen tegen geringe inkomsten naar

het gebied te lokken. Eerder het tegenovergestelde...

***Dat vraagt om investering en samenwerking. Met name voor wat het ontvangsniveau is het nodig dat ondernemers samen hun aanbod afstemmen en ontwikkelen.***

## Merkconcept

In de komende fase zal een merkconcept ontwikkeld moeten worden waarmee invulling gegeven kan worden aan het hierboven beschreven denkkader.

Dit concept, is de outline voor het merk waarmee het Grenspark Groot-Saeftinghe duurzaam ontwikkeld gaat worden. Het merk moet een positief en onderscheidend beeld in de hersenen van potentiële bezoekers creëren die daardoor positieve verwachtingen hebben over de bestemming. De uitkomst van deze fase is een helder plan van aanpak voor de realisatie van een concept dat voldoet aan de volgende onmisbare 5 conceptelementen:





### 1. Onderscheidend vermogen

Nu de unieke Identiteit in Fase 1 en het Marketing Landscape in Fase 2 zijn vastgesteld, is daarmee ook het onderscheidend vermogen gedefinieerd. Die definitie is dus het resultaat van Fase 1 en 2.

### 2. Toegevoegde Waarde

Dit betreft het aanbod van de bestemming dat passend is bij het gekozen Marketing Landscape. Wat is er reeds dat past bij het denkkader en wat moet juist uit het 'assortiment'? En wat zou er nog ontwikkeld moeten worden om de 'gaten in het aanbod' op te vullen? Heeft het gebied

al voldoende Landmarks om zich mee te onderscheiden? En kunnen deze Landmarks bezoekers naar de bestemming lokken?

### 3. Storytelling

Welke verhalen kunnen er verteld worden over het unieke van de bestemming en haar aanbod? Hoe kan er voor gezorgd worden dat de bezoekers deze verhalen niet alleen 'mee naar huis nemen in hun hoofd' maar ook delen met hun omgeving? Zo ontstaan er bij (potentiële) bezoekers steeds meer bij het gebied passende associaties.

### 4. Herkenbaarheid

Het gebied moet herkenbaar worden uitgedragen. De communicatie-uitingen op elkaar afstemmen is slechts één van de zaken die georganiseerd moeten worden. Ook de inrichting van de openbare ruimte en de manier waarop bezoekers ontvangen worden moeten passend zijn bij het gebied en zorgen zo voor herkenbaarheid. Het gebied kan zo een merk worden.

### 5. Doorontwikkelen

Een goed concept kan ook doorontwikkeld worden. Door in ontwikkelingsstappen te denken, kunnen de conceptelementen benoemd worden voor de lancering én voor de toekomst. Doorontwikkeling moet ervoor zorgen dat ook op termijn voldaan kan worden aan de toenemende verwachtingen van bezoekers.





## IMA adviseert:

### **De ontwikkeling van een hoogwaardige exclusieve accommodatie:**

Deze accommodatie biedt zicht op de drie-eenheid van het gebied: natuur-landbouw-industrie. De inrichting is net als de ligging bijzonder passend bij het denkkader. Kortom, een overnachting hier MOET op de bucketlist van menigeen kunnen komen.

### **De ontwikkeling van een uitkijktoren voor Kaap Saeftinghe (het liefst op de grens tussen Nederland en België):**

Een toren met uitkijkpunt waar vandaan je zicht hebt op de waan van de dag. Voor bezoekers, bedrijven en

uiteraard bewoners. Het dak van de toren is openbaar toegankelijk voor passanten. Voor iedereen die voor een belangrijke beslissing staat, zakelijk of privé zou Kaap Saeftinghe moeten beklimmen. Eenmaal boven niet alleen genieten van het uitzicht, maar zich ook bewust zijn van alle beslissingen die er in het verleden zijn genomen. Waar hebben die toe geleid? Werd de wereld er mooier, beter door of zitten we nu met slechts de littekens? Waar beter dan hier, neem je een beslissing?

Alles overziend, ontdaan van de waan van de dag... Een beslissing om trots op terug te kijken, achteraf een mijlpaal.

Kaap Saeftinghe gepasseerd...

In deze toren kun je 'hutje op de hei' sessies houden met je bedrijf of organisatie. Maar vanuit deze toren worden ook workshops/ bezinnings-weekenden georganiseerd voor individuen. Voorbij de 'doelredenering'. Met uitzicht op de waan van de dag kun je je eigen grenzen verkennen of gezamenlijk de grenzen van je organisatie verkennen

### **De ontwikkeling en plaatsing van Land Art:**

Land Art in de vorm van bakens die het thema grenzen en afbakening mee krijgen. Begrensd en onbegrensd! Getijdekunst die alleen zichtbaar is bij

EB. De kunst is goed te ervaren vanaf het uitkijkpunt Kaap Saeftinghe, maar ook door te wandelen en fietsen door het gebied.

### **De ontwikkeling van een kinderprogramma 'Kapers op de kust':**

Educatief programma waar de legendes in verwerkt zijn, natuureducatie en een spelelement. De bakens vertellen het verhaal.







**We hebben Kaap Saefthinge gepasseerd!**



natuurpunt



VLAAMSE  
LAND  
MAATSCHAPPIJ

