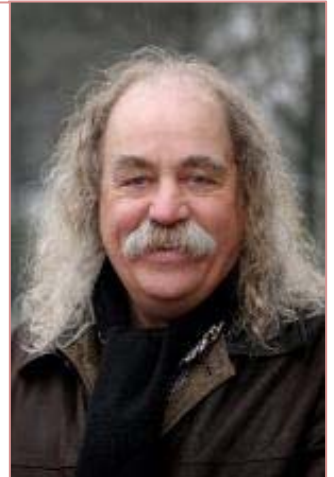


Paul Spapens, Hilvarenbekaar van geboorte, is een voormalig journalist van het Brabants Dagblad. Hij schreef zeer verdienstelijke artikelen en boeken over diverse vormen van cultuur. Veel bijdragen gaan over onze streek, maar hij schreef ook een heel eind over de grenzen. Samen met zijn vrouw Hennie van Schooten fietste hij van Nederland naar Moskou, een tocht van 4300 kilometer door Duitsland, Polen en Kaliningrad, via een omweg door de Baltische Staten en Finland om uiteindelijk over de snelweg tussen St-Petersburg en Moskou de Russische hoofdstad te bereiken. In het boek "Met de westenwind in de rug" doet deze nieuwsgierige fietsavonturier verslag van onder meer culturen en gebruiken.

Met zijn achtergrond is Paul Spapens de gedroomde inleider voor een 6 Kernen Debat over Toerisme in Hilvarenbeek. Hieronder de prikkelende inleiding van Paul Spapens.



**Inleiding bij het 6 Kernen Debat op
16 september 2008 in
Museum Dansant**

Samenwerken aan de A 58

door Paul Spapens

Mijn vrouw en ik maken om de 2 tot 3 jaar grote reizen per fiets. Op de fiets ben ik op de meest vreemde plekken op de wereld geweest, zelfs op plekken waarvan het onmogelijk lijkt om er überhaupt met de fiets te komen. Deze ervaringen hebben mij behept met een aparte gewoonte, die je genoeg een afwijking mag noemen. Als ik bijvoorbeeld door Diessen kom, verbeeld ik me hoe het voor mij zou zijn als ik als volslagen onbekende door dit mooie en sympathieke dorp zou fietsen. Hoe ik dus als toerist Diessen zou waarderen, hoe ik het zou zien, wat ik er zou verwachten.

Dat moet u eens proberen, want dat levert onverwachte inzichten op. Iets wat voor ons normaal is, maak je op deze manier als het ware tot iets waar je op een totaal andere manier naar moet kijken. Je zou, zou ik als eerste aanbeveling mee willen geven, eens een paar vreemden uit binnen- en buitenland uit moeten nodigen om hier rond te kijken en van hun bevindingen verslag te doen. En dan niet door middel van een gemakkelijk verslagje, maar stevig ondervraagd en geënquêteerd.

Door als iemand van buiten, als een toerist uit binnen- of buitenland, zo te kijken naar Diessen, Haghorst, Baarschot, Esbeek, Biest-Houtakker en Hilvarenbeek, doe je volgens mij het enig juiste om die bezoeker op zijn wenken te kunnen bedienen. Bezoekers van buiten moeten hier immers het toerisme schragen. Je voorkomt een kokervisie en het is een uiterst waardevolle persoonlijke toevoeging aan een op zich interessant rapport als de 'Toeristische Visie op Hilvarenbeek'. Ik kan me niet aan de indruk onttrekken dat serieus werk is gemaakt van het samenstellen van dat rapport, maar ik heb er ook kritiek op. Het komt allemaal nogal obligaant over. Terwijl ik denk dat je buiten de gebaande paden moet durven treden om verder te komen. Dat laatste, daar gaat het toch om? Hoe kan het toeristisch product Hilvarenbeek op een verantwoorde manier verder worden ontwikkeld? Hoe kunnen mensen daar een boterham mee verdienen? Hoe kan toerisme bijdragen aan de toekomst van deze gemeenschap van zes kernen?

Dan stel ik om te beginnen vast dat in het rapport terecht wordt gewezen op het feit dat samenwerking geboden is. Volgens mij is er maar één toekomst en dat is een gezamenlijke toekomst. Dat geldt voor alles en iedereen in onze samenleving, dus ook voor de ontwikkeling van een toeristisch product. Het besef dat je alleen als gemeente of als kern niet ver komt, is alvast winst. Toch zeker voor een kern als Hilvarenbeek, die zich nogal gauw beroemd op iets wat is samengevat in de oubollige kreet ‘Hartveroverende Heerlijkheid’. En dan ‘heerlijkheid’ ook nog eens op een archaische manier geschreven. Volgens mij zegt deze kreet de buitenstaander totaal niks en is deze alleen goed voor het strelen van de eigenwaarde van de Hilvarenbekenaar: kijk ons eens wonen in een hartveroverende heerlijkheid. Volgens mij is het schoolvoorbeeld van navelstaren, terwijl deze wereld juist van vernieuwing aan elkaar hangt. Vernieuwing op basis van het goede dat er is. Als het met het ontwikkelen van een nieuwe toeristische visie de kant opgaat van ‘hartveroverende heerlijkheid’, dan zou ik zeggen: stop er geen energie in; dat wordt toch niks.

Als het gaat om samenwerken, zou ik zeggen – maar dat klinkt wellicht verdacht uit mijn mond – zet dan in op cultuur, zet in op de identiteit van deze gemeenschap van zes kernen. Versterk met deze inzet de identiteit en ik voorspel een spiraal naar boven. Bij het inzetten op cultuur wil ik dit verfijnen tot volkscultuur. De cultuur die wij hebben in de zes kernen is grotendeels volkscultuur. Volkscultuur heeft tal van voordelen om er toeristisch mee aan de weg te timmeren. Het is bijna nergens als een toeristische eigenheid uitgevent, maar bovenal stelt het iedereen die hier woont in staat zich te herkennen en het daardoor mee uit te dragen. Omdat de cultuur van iedereen in de eerste plaats volkscultuur is, zal het door de gasten van buiten ook als zodanig worden herkend. Men voelt zich daardoor thuis. Een gast moet zich thuis voelen, dat is de eerste voorwaarde van een structureel succes. Het rapport noemt overigens cultuur als een van de speerpunten.

Zoals eerder gezegd worden in het rapport ook mogelijkheden tot samenwerking aangegeven, maar wat ik er nadrukkelijk in mis is een van onderop sterk gedragen beleid om de zes kernen meer en beter met elkaar samen te laten werken aan een gezamenlijk toeristisch product. Natuurlijk is het goed om bijvoorbeeld de sectoren te laten samenwerken – zeker doen, zou ik zeggen -, maar het wordt allemaal een stuk sterker als die zes kernen, de bewoners daarvan zich scharen achter één toeristische identiteit. Zo krijgen toerisme en recreatie ook een rol in het versterken van de banden tussen de zes gemeenschappen die samen de gemeente Hilvarenbeek vormen. Dit versterkt ook het draagvlak van een verdere toeristische ontwikkeling.

Ik wil pleiten voor een beleid waarin dit samen optrekken van de zes kernen leidend is. En dan niet met opmerkingen als ‘ja maar, de kampeerboerderijen doen al samen’. Nee, de gemeente Hilvarenbeek wordt heel nadrukkelijk aan de man gebracht worden als één geheel. Je kunt dan, vrees ik, niet volstaan met wervende slogans die de kern Hilvarenbeek of de gemeente Hilvarenbeek als naam hebben. Er zal een andere naam moeten komen. Die naam is voorhanden: Land van de Hilver.

Het rapport pleit voor het samen optrekken in het Kempenverband, graag zelfs samen met onze broeders en zusters aan geen kant van de meet. De Kempen, wat een prachtig gebied, wat een welluidende naam. Op verliefd op te worden, zoal je dat niet al bent, net als ik. Het rapport maakt duidelijk dat de Kempensamenwerking iets is voor de wat langere termijn. Ik zou zeggen: maar daar serieus werk van.

Ondertussen bestaat er al een andere vorm van samenwerking, het Land van de Hilver. Uit het rapport begrijp ik dat dit project behoorlijk stevig wordt gedragen door het bedrijfsleven. Dit Land van de Hilver is echter net iets groter dan Hilvarenbeek. Ook de kern Moergestel maakt er deel van uit. Het lijkt me wenselijk dit Land van de Hilver te omarmen als de tweede belangrijke vorm van samenwerking, ná die van de zes kernen en de inwoners daarvan. Dit iets grotere gebied biedt meer mogelijkheden, het blijkt aan te slaan onder de ondernemers en niet in de laatste plaats bekt het als wervende titel goed. Je maakt duidelijk dat het een regiootje is, wat beter werkt dan dat je de boer op moet met Hartveroverende Heerlijkckheid.

Door het Land van de Hilver vanuit de gemeente Hilvarenbeek als toeristisch gebied sterk te ontwikkelen, maak je ook duidelijk dat je over de grenzen van jouw gemeente heen durft te kijken. De wereld houdt niet op bij de gemeentegrenzen van Hilvarenbeek. Zeer sterk wordt dat gesymboliseerd door de A 58, de snelweg die ook over het grondgebied van de gemeente Hilvarenbeek loopt. Tienduizenden mensen passeren hier per dag. Letterlijk heel de wereld komt voorbij op een steenworp afstand van Haghorst, Baarschot, Esbeek, Biest-Houtakker, Diessen en Hilvarenbeek.

Naar dit gegeven kun je op twee manieren kijken. Als metafoor, als vaststelling dat het Land van de Hilver weliswaar een prachtig gebied is, maar het is geen openluchtmuseum, het maakt zelfbewust deel uit van de wereld. Dat vóélen mensen; daardoor voelen ze zich eerder thuis. Kies, zou ik zeggen, voor een dubbele boodschap. Kom naar het Land van de Hilver waar het leven goed is voor iedereen, waar je ook vandaan komt, wat je achtergrond ook is, hoe je er ook uitziet. Doet er allemaal niet toe. Kom en geniet. Zo is de maatschappelijke ordening nu eenmaal tegenwoordig. Hier heel dichtbij heb je het voorbeeld bij de hand, Tilburg stad van 200.000 inwoners met 121 nationaliteiten. Het Land van de Hilver communiceert dat het een open venster heeft op de wereld.

Dat communiceren zou ik letterlijk langs de A 58 doen. Ik zie de borden al staan: Hallo wereld, kom eens op bezoek. Ja, ik zou letterlijk deze slogan gebruiken. Regel snel de toestemming voordat anderen op het idee komen.

En dan fietst die buitenlandse fietser door Diessen. En dan kijkt hij rond met de ogen van een vreemde, nieuwsgierig, zich welwillend openstellend voor de nieuwe omgeving. Thuisgekomen laat hij aan familie en vrienden foto's zien op zijn pc. Van de nieuwe rotonde bijvoorbeeld.

'Die hebben de inwoners van dat dorpje zelf versierd', zal hij tegen zijn gehoor zeggen.

'Nou, nou, krachtig volkje....', wordt waarderend over de Diessenaren opgemerkt.

'En hier, die toren – noemen ze de stòpnòld.'

'Hoe krijgen ze het verzonnen. Diessen, daar wil ik ook wel naar toe.'

'Inderdaad', zegt de fietser, 'The lènd of the Hilver, is the place to be'.