

## EVALUATIEONDERZOEK CITTASLOW WESTERWOLDE - SAMENVATTING

Jannie Rozema, onderzoeker Kenniscentrum NoorderRuimte, Hanzehogeschool Groningen

November 2017

---

### *Contactinformatie:*

Jannie Rozema, Lectoraat *Krimp en Leefomgeving*, Kenniscentrum NoorderRuimte

Hanzehogeschool Groningen

Zernikeplein 11, 9747AS Groningen

050 – 595.4547 ; j.rozema@pl.hanze.nl

[www.noorderruimte.nl](http://www.noorderruimte.nl)

---

### *Cittaslow Westerwolde*

De gemeente Westerwolde (i.o.) heeft in 2014 het keurmerk Cittaslow ontvangen en heeft daarna meerdere ambities voor Cittaslow Westerwolde geformuleerd. Deze staan beschreven in de beleidsnota *Westerwolde is cittaslow. Kiezen voor kwaliteit van leven* (Gemeente Bellingwedde, gemeente Vlagtwedde, 2015). De ambities zijn gebaseerd op de kernwaarden en doelen van Cittaslow (Cittaslow Charter, 2014). Die gaan over het beschermen van kwaliteit van leven, over bewuste gemeenschappen met betrekking tot de lokale identiteit, over duurzame ontwikkelingen en oplossingen, over een betekenisvolle relatie tussen stad en platteland, over groene landschappen en biodiversiteit, over traditionele en innovatieve technieken, over korte voedselketens en regionale producten, over sociale samenhang in de gemeenschap en over armoedebestrijding. De ambities van Cittaslow Westerwolde zijn voorzien van concrete acties, waaronder de werving van supporters. In 2017 hebben 115 ondernemers en organisaties uit de gemeente Westerwolde (i.o.) het supporterschap aangevraagd en toegekend gekregen.

### *Onderzoeksoopdracht evaluatie Cittaslow Westerwolde*

Door de Colleges van Burgemeester en Wethouders van Bellingwedde en Vlagtwedde is de opdracht verstrekt om te onderzoeken hoe Cittaslow Westerwolde bijdraagt aan *de kwaliteit van leven* in de gemeente Westerwolde (i.o.). In het daarvoor opgestelde evaluatiemodel is aangegeven dat er zes voorwaarden zijn om de doelen van Cittaslow Westerwolde te realiseren, namelijk (1) *effectieve communicatie met doelgroepen*, (2) *presentie en initiatiefbereidheid van supporters*, (3) *effectieve netwerkvorming van supporters en gemeente*, (4) *verankering van Cittaslow-kernwaarden in de gemeente*, (5) *activering en facilitering voor verduurzaming van Cittaslow Westerwolde* en (6) *besef en trots op Westerwolde als gebied*. Om te beginnen is een evaluatieonderzoek uitgevoerd onder de supporters van Cittaslow Westerwolde met betrekking tot de voorwaarden 1 – 3 en 6. Het tweede evaluatieonderzoek met betrekking tot de verankering van Cittaslow Westerwolde in de gemeentelijke organisatie en in het gemeentelijk beleid (voorwaarde 4 en 5) is – eind 2017 – nog in

voorbereiding. In deze samenvatting worden de conclusies uit het eerste evaluatieonderzoek onder de supporters en de eerste oogst van aanbevelingen gegeven.

#### *Methode van onderzoek*

Het evaluatieonderzoek onder de supporters is uitgevoerd met een schriftelijke vragenlijst onder alle supporters<sup>1</sup> en met diepte-interviews onder 21 supporters. De respons op de schriftelijke vragenlijst was 42% en is een goede afspiegeling van de totale groep supporters voor wat betreft *sectoren* en *gemeentelijke herkomst*. De helft van de geïnterviewde supporters heeft zichzelf aangemeld voor een interview, de andere helft is door de onderzoeker daartoe aangezocht. Het onderzoek onder de supporters vond plaats in de periode april – juli 2017.

#### *Resultaten vragenlijstonderzoek*

Uit het vragenlijstonderzoek bleek dat supporters positieve associaties hebben met Cittaslow Westerwolde. Zij denken zowel aan de gebiedskenmerken van Westerwolde (rust, ruimte, groen en landschappelijk), aan de wereldwijde Cittaslow-beweging (onthaasten, genieten) als aan de ambities van Cittaslow Westerwolde (samenwerken, netwerken, voor ondernemers). Het gemiddelde rapportcijfer dat supporters aan Cittaslow Westerwolde gaven, is een 6.8. Supporters hebben hun eigen Top 6 aan kernwaarden voor Cittaslow Westerwolde, respectievelijk *Duurzaamheid*, *Kwaliteit*, *Cultuurhistorie*, *Streekproducten*, *Gastvrijheid* en *Landschap*. Supporters waardeerden de communicatie van de gemeente over Cittaslow Westerwolde gematigd positief, het gemiddelde rapportcijfer daarvoor is een 6.5. De communicatie zou meer op de informatiebehoeften van de supporters kunnen aansluiten en ook meer inspirerend qua vorm en inhoud kunnen zijn. Meerdere supporters gaven aan dat het hen niet duidelijk is wat de gemeente in het kader van Cittaslow Westerwolde van supporters verwacht. Dit is - mogelijk - ook de verklaring waarom tot nu toe nog weinig supporters zelf of in samenwerking met andere supporters initiatieven voor Cittaslow Westerwolde hebben ontwikkeld. Ook met betrekking tot hun plannen in 2017 – 2018 gaf slechts een gering aantal supporters aan dat ze een idee of een initiatief voor Cittaslow Westerwolde heeft. Supporters schreven in de vragenlijst meerdere adviezen voor de communicatie op, bijvoorbeeld over het publiceren van de lijst van supporters, over het vroegtijdig bekend maken van de data van de bijeenkomsten en over het verstrekken van goede voorbeelden uit andere Cittaslowgemeenten.

#### *Resultaten interviewonderzoek*

Uit het interviewonderzoek onder de 21 supporters bleek eveneens hoe trots de supporters op Westerwolde zijn. Volgens hen labelt Cittaslow Westerwolde deze mooie en unieke identiteit, die bestaat bij de gratie van de Ecologische Hoofdstructuur, de gastvrijheid voor toeristen en de goedemelijkheid van de inwoners. Meerdere supporters benadrukken dat Cittaslow Westerwolde het bewustzijn voor het gebied en het belang van de lokale economie vergroot. Enkele supporter-ondernemers voelen zich *synoniem* aan Cittaslow Westerwolde, omdat ze ambachtelijk werken, tradities hoogachten of de gastvrijheid voor toeristen praktiseren. Enkele supporter-ondernemers werken samen, een voorbeeld daarvan zijn 10 supporters met toeristische-recreatieve arrangementen. Ook kwam uit de interviews naar voren dat meerdere supporters zoeken naar wat hun bijdrage aan Cittaslow Westerwolde kan zijn. Zij ervaren daarbij onduidelijkheid over het eigenaarschap: is Cittaslow Westerwolde van de gemeente of van de supporters. Sluiten de supporters aan bij initiatieven van de gemeente of initiëren supporters zelf dingen? De gemeente

---

<sup>1</sup> Dit vragenlijstonderzoek is uitgevoerd door Suzanne Feimann van de bacheloropleiding Communicatie, Hanzehogeschool Groningen. Suzanne deed dit als afstudeeronderzoek en publiceerde hierover een onderzoeks- en adviesrapport.

heeft in ieder geval de taak om de relatie van supporters onderling en met de gemeente Westerwolde (i.o.) te verstevigen, dat gebeurt volgens de supporters door de netwerkbijeenkomsten te blijven faciliteren. Een aantal supporters sprak zich in de interviews kritisch uit over besluiten van bestuur en de politiek en over de uitvoering van beleid. De besluiten met betrekking tot een megastal, het niet-opkomen voor de verkeersveiligheid binnen de bebouwde kom, het niet-ingaan op burgervoorstellen, het niet-ecologische groenbeheer en het achterstallige onderhoud aan de vaarwegen werden aangeduid als niet-Cittaslow. Deze supporters vinden dat de gemeente Westerwolde (i.o.) meer moet laten zien hoe en waarin zij Cittaslow is en hoe zij zich dientengevolge sterk maakt voor de gebiedskwaliteiten van Westerwolde, bijvoorbeeld met een lange termijnvisie.

### *Conclusies uit de evaluatie*

In dit eerste evaluatieonderzoek ging het over de vraag of voldoende is voldaan aan de voorwaarden, waardoor de ambities van Cittaslow Westerwolde gerealiseerd kunnen worden. De algemene conclusie is dat de bewustwording over Cittaslow Westerwolde onder supporters goed is doordat de externe communicatie (vanuit de gemeente) over Cittaslow Westerwolde door hen goed ontvangen wordt. Maar de ambitie over samenwerking tussen overheid en supporter-ondernemers wordt onvoldoende gerealiseerd, doordat er bij de supporters onduidelijkheid bestaat over het eigenaarschap van Cittaslow Westerwolde en over hun verwachte bijdrage aan Cittaslow Westerwolde. Door deze onduidelijkheid blijven netwerkvorming en initiatieven van supporters voor Cittaslow Westerwolde achterwege. Hierin speelt mee dat supporters kritisch zijn naar het bestuur en de politiek in Westerwolde, die volgens hen hun voorbeeldfunctie met betrekking tot Cittaslow Westerwolde in onvoldoende mate uitoefenen. De conclusies uit dit onderzoek zijn in de periode september – oktober 2017 gepresenteerd aan de Colleges van Burgemeester en Wethouders, daarbij zijn ook aanbevelingen gegeven.

### *Aanbevelingen over de invulling van Cittaslow Westerwolde*

Leidend in deze aanbevelingen is dat er meer helderheid dient te komen over het eigenaarschap van Cittaslow Westerwolde en de rol van de gemeente, supporters en inwoners. Bij het 'eigenaarschap' gaat het om de vraag wie verantwoordelijk is voor het succes van Cittaslow Westerwolde. Voor de aanbevelingen zijn vier metaforen gebruikt: Cittaslow als (1) uithangbord, (2) dorpsplein, (3) kar en (4) kompas. Deze metaforen voor Cittaslow Westerwolde sluiten elkaar niet uit, maar vullen elkaar aan. De aanbevelingen zijn als volgt:

#### 1. Cittaslow als uithangbord.

Voor Cittaslow Westerwolde is het belangrijk dat er draggers zijn voor de identiteit van Westerwolde. Dat zijn inwoners, ondernemers en organisaties die Westerwolde een warm hart toedragen en met hun activiteiten bijdragen aan bijvoorbeeld het landschap van Westerwolde, de gastvrijheid, de lokale samenhang en de lokale economie. Cittaslow Westerwolde staat open voor iedereen die zich wil inzetten voor het gebied Westerwolde en de kernwaarden (Top 6!) van Cittaslow. Hoe meer inwoners, ondernemers en organisaties meedoen en het uithangbord voor Cittaslow gebruiken en tonen, hoe zichtbaarder Cittaslow Westerwolde wordt. Voor de externe promotie van Westerwolde is dit zondermeer belangrijk, ondernemers in de toerisme en recreatie kunnen de 'schildjes' met Cittaslow erop goed gebruiken. De gemeente is het aanmeldpunt voor allen die bij Cittaslow willen horen. Bij het verkrijgen van het logo (op een oorkonde, vlag, uithangbord) is een goed verhaal over waarom men Cittaslow Westerwolde 'uithangt' belangrijk. De gemeentelijke afdeling Communicatie en lokale communicatiebedrijven kunnen ondersteunen om dit verhaal over het voetlicht te brengen ('story telling'). Als de gemeente de aanvragen voor Cittaslow bundelt, moet zij regelmatig evalueren of potentiële supporters ontbreken in de supporterslijst. Zo verdient het een aanbeveling om

agrariërs te betrekken bij Cittaslow Westerwolde, die ten oosten en westen van de EHS boeren. Het eigenaarschap van Cittaslow Westerwolde berust in deze metafoor bij “iedereen” die meedoet. Van hen hangt het succes van Cittaslow Westerwolde af. De gemeente speelt een actieve rol in de oproep om mee te doen en de officiële bevestiging van deelname. Supporters hebben een belangrijke rol om uit te dragen dat ze trots op Westerwolde zijn en met hun organisaties en bedrijven passen in het gedachtegoed van Cittaslow. Cittaslow Westerwolde is hier een beweging waar men bij wil horen en waar gemeente en supporters ondernemers, inwoners en organisaties actief oproepen om ook mee te doen.

## 2. Cittaslow als dorpsplein

Internationaal gezien zijn kleine steden met minder dan 50.000 inwoners welkom als lid van Cittaslow. Waar kleine steden meestal compact zijn, is de nieuwe gemeente Westerwolde een plattelandsgemeente met een lengtedoorsnee van circa 65 kilometer en met grote en kleine dorpen, streken en gehuchten. De kunst is om Cittaslow Westerwolde met lokale activiteiten te verbinden, zoals jaarlijks terugkerende activiteiten op het ‘dorpsplein’ zoals de 4 mei herdenking, 5 mei viering, Montmartre, Week der Besten, kindervieringen van Sint Maarten en Sint Nicolaas, carnavalsvieringen, kunstroutes. In deze activiteiten staan – soms nog onopgemerkt - de kernwaarden van Cittaslow centraal: traditie, gastvrijheid, landschap, streekproducten. Gemeenschappen of inwonersgroepen kunnen op dorpsniveau ook nieuwe activiteiten ontwikkelen, waarvan zij vinden dat deze passen bij de lokale identiteit en bij de kernwaarden van Cittaslow. Een recent voorbeeld daarvan is *Wedde dat 't lukt*. Het initiatief in Oudeschans om in 2018 een dorpsdag te organiseren past zowel bij Cittaslow als bij de versterking van de lokale leefbaarheid. Voor al deze activiteiten zouden de organisatoren zich het predicaat Cittaslow Westerwolde eenvoudig moeten kunnen toe-eigenen. De metafoor van het dorpsplein is eigenlijk een verbijzondering van Cittaslow als uithangbord, maar deze metafoor onderstreept vooral dat het op het dorpsplein meer gaat over de lokale leefbaarheid, sociale samenhang en participatie in dorpen dan over de trots op Westerwolde. Ook dat is Cittaslow. De gemeente als verantwoordelijke voor leefbaarheid kan ook in het kader van Cittaslow Westerwolde deze activiteiten en initiatieven (met menskracht, financiën of materialen) ondersteunen. Het eigenaarschap van Cittaslow Westerwolde is in deze metafoor een gedeeld eigenaarschap van inwoners en organisaties met de gemeente. De activiteiten en initiatieven blijven van de inwoners, maar de gemeente draagt bij met lokaal beleid en dorpsbudgetten: *bottom led, top fed*. Actieve inwoners zorgen voor sociale duurzaamheid in lokale gemeenschappen en deze doeners kunnen dat voortaan op het dorpsplein ook vieren onder de vlag van Cittaslow Westerwolde.

## 3. Cittaslow als kar

In het Cittaslow Manifest (of Cittaslow Charter, 2014) staan 10 doelen die een Cittaslow-lid (in dit geval de nieuwe gemeente Westerwolde) nastreeft. Deze 10 doelen beslaan uiteenlopende terreinen, namelijk gastvrijheid, duurzaamheid, energie, traditie en innovatie, landschap en biodiversiteit, voedselketens, ondernemerschap en armoedebestrijding. Het is zeer wel denkbaar dat de gemeentelijke organisatie of inwonersgroepen en ondernemers bijzondere aandacht vragen voor een van deze gebieden en dat dit leidt tot een extra inspanning bovenop de reguliere beleidsinspanning en - uitvoering. Cittaslow als ‘kar’ betekent hier dat een specifiek project als voertuig wordt gebruikt om aan de doelen van Cittaslow te werken. De trekkers van zo’n project zijn medewerkers van de gemeente, inwoners, ondernemers en vertegenwoordigers van dorpsorganisaties, maatschappelijke en gebiedsorganisaties. Een klankbordgroep met

vertegenwoordigers van genoemde groepen kan (twee)jaarlijks voorstellen doen voor specifieke Cittaslow-projecten. Het uitgangspunt is hier dat de gemeente het project leidt, maar dat dat niet kan zonder de bijdragen van 'buitenaf en van onderop' kan: *top led, bottom fed*. Voorbeelden van specifieke projecten kunnen zijn: de oprichting van lokale energiecoöperaties, meer 'slow traffic' in Westerwolde (verkeersveiligheid), lokale stage – en werkervaringsplekken voor jonge inwoners, nieuwe woonvormen voor ouderen, educatie over de cultuurhistorie van Westerwolde. De relatie van deze projecten met het gemeentelijk beleid zorgt ervoor dat het keurmerk Cittaslow Westerwolde ook binnen de gemeentelijke organisatie een duidelijker gezicht krijgt. Om dubbel werk te voorkomen, moet ook worden samengewerkt met bestaande initiatiefgroepen en organisaties. Het eigenaarschap van Cittaslow Westerwolde wordt in deze metafoor gedeeld met de diverse betrokkenen in de projecten, dat neemt niet weg dat de gemeente de leiding kan nemen en zich primair verantwoordelijk kan voelen voor resultaat en succes.

#### 4. Cittaslow als kompas

Zoals in de inleiding van deze samenvatting werd aangegeven, is het evaluatieonderzoek over de verankering van Cittaslow Westerwolde in het gemeentelijk beleid nog in voorbereiding. Toch kunnen wij op basis van het eerste evaluatieonderzoek hierover nu al een korte aanbeveling geven. De beeldspraak dat Cittaslow een kompas is, geldt met name voor het bestuur, de gemeenteraad en de ambtelijke organisatie. Het kompas gebruiken deze stuurlui van Westerwolde, omdat zij bij de toekomstige audits voor het lidmaatschap van Cittaslow trots willen laten zien welke koers ze hebben gevaren en welke havens in zicht zijn. Het is een gemeente-brede opgave om richting te ontleen aan de kernwaarden en doelen van Cittaslow en deze herkenbaar te verankeren in het opgestelde en uitgevoerde beleid. Daarbij gaat het om het in standhouden van de huidige kwaliteiten van Westerwolde en het verder verbeteren daarvan. Dit is een gedeelde verantwoordelijkheid voor alle betrokkenen. Het opnemen van een Cittaslow-paragraaf bij elk Collegevoorstel of Raadsvoorstel – analoog aan een duurzaamheidsparagraaf – ligt daarbij zeer voor de hand. In de besluitvorming wordt dan zichtbaar en duidelijk of en hoe de kernwaarden van Cittaslow Westerwolde als afwegingskader gebruikt worden. Daar waar besluiten door inwoners mogelijk als niet-Cittaslow worden gezien, vraagt dat om een nadere en transparante toelichting. Dat is een inspanningsverplichting in het kader van goed bestuur. Dergelijke toelichtingen voorkomen mogelijk ook dat in de publieke discussie de gemeente in haar geheel als niet-Cittaslow wordt bestempeld. De eerdergenoemde klankbordgroep (bij 3.) kan als kritisch panel worden gevraagd om het College, de gemeenteraad en de ambtelijke organisatie hierover scherp te houden.

#### *Aanbevelingen over de communicatie m.b.t. Cittaslow Westerwolde*

Tenslotte nog enkele aanbevelingen voor de communicatie over Cittaslow Westerwolde. Voor de verspreiding van Cittaslow Westerwolde is belangrijk dat supporters en inwoners het logo van Cittaslow Westerwolde gaan gebruiken, zowel digitaal als fysiek. De gemeentelijke communicatieafdeling kan hierin faciliteren. Nieuwsberichten over Cittaslow Westerwolde (gedrukt, digitaal verzonden en in social media) moeten de inwoners en supporters ook informeren over best practices uit andere Cittaslow-gemeenten. Netwerkbijeenkomsten voor supporters en belangstellende inwoners moeten tijdig worden bekend gemaakt via een jaaroverzicht, dat verhoogt de kans op aanwezigheid. De netwerkbijeenkomsten bieden de gelegenheid tot onderlinge kennismaking en uitwisseling, daarnaast kunnen de netwerkbijeenkomsten ook gebruikt worden om (nieuwe) lokale initiatieven en Cittaslow-projecten toe te lichten om de supporters daarbij te betrekken.

#### *Succesfactor Trots op Westerwolde*

Mayer en Knox (2013) identificeren in hun boek *Small Town Sustainability – Economic, Social, and Environmental Innovation* kritische succesfactoren die ervoor zorgen dat kleinere steden door Cittaslow duurzaam 'overeind' blijven. In Cittaslow Westerwolde kan een werkzame combinatie ontstaan uit meerdere kritische succesfactoren, zoals het promoten van de lokale 'sense of place' (met geschiedenis, cultuur, streekeigen producten), het faciliteren van ontmoetingen (activiteiten, netwerken), en het samenwerken van lokale ondernemers, inwonersgroepen en de lokale overheid voor wat aandacht en meer kwaliteit behoeft. Uit dit eerste evaluatieonderzoek is duidelijk geworden dat Cittaslow Westerwolde geen blauwdruk heeft voor een werkzame aanpak. Cittaslow Westerwolde werkt pas als mensen (supporters, inwoners, medewerkers, gemeenteraadsleden, wethouders) bereid zijn om mee te doen als uithangbord, op het dorpsplein, in de kar of met een kompas. Het kan niet anders dan dat de gemeente Westerwolde in haar nieuwe samenstelling daarvoor weer alle kansen biedt. Overigens, de vertaling van 'sense of place' luidt in gewoon Gronings: *Trots op Westerwolde*, waarvan acte.

-0-0-0-0-0-0-0-0-0-0-