

7. Imago en publiek

- SP1: Ja. We gaan het hebben over het imago van de molen en de manier waarop De Hollandsche Molen ging communiceren met het publiek. Bij de molen bij mij om de hoek haal ik nu kakelvers pannenkoekenmeel op zaterdag maar zo vanzelfsprekend is dat niet altijd geweest. Toen je aantrad in 1990, wat vond het Nederlandse publiek toen van de molen en wat vond de molenaar van het publiek?
- SP2: Ik denk dat... We hebben daar toen geen onderzoek naar gedaan. Dat was toen helemaal niet. Het beeld wat je wel had was dat je wat betreft het grote publiek toch een beetje in de hoek zat van een imago van: Nederland, land van tulpen, klompen en molens. Waarvan dat ik vond dat het geen recht deed eigenlijk aan wat een molen is, namelijk een heel vernuftig historisch werktuig. Dus dat was best lastig om daartegen op te boksen, om te proberen dat te veranderen. Vanuit de molenwereld zelf was er natuurlijk een hele sterke focus op... Een sterke focus was er eigenlijk op het technische karakter. Het was ook heel erg van... Het ging om de molen zelf en het ging veel minder om de mensen daaromheen. Het was wel zo dat toen ik bij de vereniging kwam was er al wel een zekere revolutie geweest omdat het Ambachtelijk Korenmolenaars Gilde was opgericht. Dat was eigenlijk een groep van beroepsmolenaars die in die jaren vooral via leveranties aan de bakkers probeerden ambachtelijk meel tot ambachtelijk brood te laten komen, het te laten bakken. En die hadden natuurlijk wel een bepaalde publieksgerichte marketingachtige kant nodig. Maar het was in die beginjaren zeker dat er met veel argusogen gekeken werd naar alles wat je deed op het gebied van publieksbenadering, public relations heette dat vooral in die tijd. En ook veel molenaars die zaten toch ook nog wel in die fase van: ik ben vooral met dat ding aan het draaien en publiek ontvangen dat heeft niet de prioriteit. Op zijn zachts gezegd.
- SP1: Ja. Kun je een voorbeeld geven waaruit die houding een beetje blijkt?
- SP2: Nou ja, er was inmiddels... Al vanaf 1973 was er natuurlijk de Nationale Molendag gekomen. En er was elk jaar discussie over wat moest er op de poster komen. En die gedachten over die poster die waren eigenlijk helemaal niet van dat het publiek het moest aanspreken maar het moest vooral representatief zijn. Dus er was elk jaar discussie over waarom staat er geen watergedreven molen op. Die moest erop. En uiteindelijk ontstonden er dus ook affiches met veel te veel boodschappen, veel te veel signalen die eigenlijk helemaal niet publieksgericht waren. En daar hadden we eindeloze discussies over. En daar in die discussies bleek ook weer die onderliggende tegenstelling die er was waar we al eerder over gehad hebben. Enerzijds de traditionele molen beschermen en anderzijds met name de vrijwillige molenaars die toch wel de deuren wat wilde open gaan zetten.
- SP1: Dat imago dat beviel jou niet namens De Hollandsche Molen, het imago bij het publiek? Wat wilde je dat het zou worden? En hoe heb je dat kunnen omzetten? Hoe heb je dat kunnen bereiken?
- SP2: Ik realiseer me al heel snel de kwetsbaarheid van het beleid dat er was. In molenbehoud is... Molens zijn de minst economische monumenten zeg ik altijd. En zijn daardoor eigenlijk voor een heel groot deel afhankelijk van overheidsinkomsten. En die overheid als representant dan toch van de bevolking die wil daar natuurlijk wel iets voor terug eigenlijk. En de houding en de mentaliteit was in mijn ogen toch veel te veel van: nou, u mag hier het geld neerleggen en dan gaan wij er wel mee aan de slag en verder moet u zich er niet mee bemoeien. En dat was in mijn ogen niet houdbaar. Dus enerzijds meer rekenschap geven en uitleg geven en laten zien wat je doet. Ten tweede het is zo'n prachtig object,

zo'n prachtig monument. Waarom zou je dat eigenlijk gewoon voor jezelf houden? Het is toch juist heel erg leuk om het te kunnen delen met anderen en de liefde die je hebt voor die molen om die ook te kunnen delen met anderen en te laten zien wat er allemaal gebeurt. Maar dat was nu wel een zaak jaren. En als ik nu de situatie vergelijk met 1985 toen in bij de vereniging kwam, waren er toen veel minder molenaars en er waren veel minder molens die open waren. Nu is het eigenlijk andersom. Als je als molenaar zegt ik wil geen publiek toelaten dan moet je dat verantwoorden. Er wordt eigenlijk gewoon impliciet van uitgegaan dat als je molenaar bent ben je gastheer op de molen en dat betekent ook gewoon mensen ontvangen en rondleiden eventueel.

SP1: Ja. Wat denk het publiek van de molen? Je hebt daar onderzoek naar gedaan misschien maar is dat veranderd? Merk je dat de houding van het... Vindt het publiek de molen... Is het publiek de molen leuker gaan vinden?

SP2: Ja, ik denk het wel. Maar ik denk dat dat ook vooral te maken heeft met bepaalde maatschappelijke ontwikkelingen. Dus dat is eigenlijk meer van buiten naar ons toegekomen. Ongetwijfeld heeft een rol gespeeld dat we geleidelijk aan steeds meer open zijn geworden. Maar je ziet natuurlijk wel een verandering in onze maatschappij waarbij je aan de ene kant wel als tegenwicht denk ik wel globalisering en internationalisering hebt. In die ontwikkeling is de molen een heel ouderwets, oubollig ding. Maar er is in de Nederlandse maatschappij toch duidelijk een kentering ook gekomen in het denken over ons eigen erfgoed, ons eigen nationale trots. Dat wordt soms uitgelegd als exclusief dus we sluiten dan juist mensen uit. Nou, dat is iets waar ik altijd voor gewaakt heb dat het dat zou voorkomen want ik vind de molen iets van iedereen. Maar je ziet wel dat meer en meer mensen, dat is niet alleen bij molens hoor, dat is bij meer monumenten, dat toch zien als een integraal onderdeel van hun leefomgeving zoals het dan zo mooi heet. En dat betekent dat ook hun betrokkenheid daardoor toeneemt en dat zij daardoor ook veel minder in dat oude imago blijven hangen wat een beetje door de toeristische industrie is gemaakt van tulpen, klompen en molens. En kroketten zei de voorzitter er altijd bij. Er was een tijd dat men probeerde kroketten ook in Amerika aan de man te brengen. Daar is men toch wel wat verder van weggekomen. En dat is ook een zoektocht. Op dit moment als wij praten met elkaar zitten we midden in de coronatijd. Dat betekent dat grote locaties zoals Kinderdijk en de Zaanse Schans eigenlijk geen bezoek hebben maar die zien nu wel weer het Nederlandse bezoek toenemen. Alleen die hebben een heel ander karakter dan buitenlanders. Nederlanders geven nou ook gewoon veel minder uit want die nemen brood van huis mee. En dat vergt dus wel weer een andere manier van denken, een andere manier van presenteren van die complexen die daar zijn. En bij de meeste molens in Nederland is het toch vooral Nederlanders die daar komen. Toerisme is daar op bepaalde plekken wel maar bij de meeste molens speelt eigenlijk buitenlands toerisme nauwelijks een rol. Maar het betekent wel dat je moet... Je moet blijven nadenken over hoe die maatschappij aan het veranderen is. Ik vind bijvoorbeeld nu komen we echt ook op vragen uit van diversiteit en inclusiviteit. En dan niet alleen qua bezoek maar ook gewoon qua mensen die met molens bezig zijn. Een molen bedienen is heel zwaar lichamelijk werk dus het is voor vrouwen al een stuk moeilijker. Maar er heerst toch nog steeds wel een hele masculiene mentaliteit. En dat zijn dingen waarvan ik denk dat de komende tien, misschien wel vijftien, twintig jaar veel aandacht aan zou moeten worden besteed om toch ervoor te zorgen dat die molen in die maatschappij gedragen wordt. Ik heb een boekje geschreven ooit een keer op verzoek van Open Monumentendag en daarin heb ik de molen het pandabeertje van de monumentenzorg genoemd omdat we toch een beetje de lieveling zijn en het aaibare. Alhoewel je moet een molen niet aaien want daarvoor is die veel te gevaarlijk. En dat zou je graag wel... Die populariteit zou je graag wel willen voortzetten, willen handhaven.

SP1: Maar moet de molen dan de Eiffeltoren van Nederland zijn? Of misschien is die dat al.

- SP2: Nee, je moet vooral uitgaan van je eigen waarden. En dat is ook wel heel opvallend. Ik kom natuurlijk heel veel in het land en dan kom je vaak bij probleemgevallen. Wij komen ergens als er iets is en niet als er niks is en het gewoon voor de leuk is. En dan gaat het bijvoorbeeld heel vaak over een molen moet gerestaureerd worden. En dan probeer altijd de mensen ter plekke te doorgronden door eerst de vraag te stellen: "Wat maakt deze molen nou bijzonder?". En dan weten mensen vaak het antwoord daar niet op te vinden. Maar als je dus van buitenaf aangeeft van het is een bijzonder type of het heeft een bijzondere geschiedenis of een bijzondere plek. Er is altijd wel iets te vinden wat ze dan in reclametaal selling point noemen. Een haakje waar je aan kan geven van dit is nou toch echt iets meer dan een abc'tje of een doorsnee molen. En wat natuurlijk steeds belangrijker wordt is dat het niet alleen om het object gaat. Het gaat voor ons natuurlijk ook om de mensen en je ziet dat ook veel bezoekers daarin geïnteresseerd zijn. De verhalen die er te vertellen zijn, niet alleen over dat die molen ooit in een storm beschadigd is geraakt of net aan het noodlot is ontsnapt. Maar het verhaal van de mensen die daar werkten en in een aantal gevallen ook woonden. En omstaanders die worden steeds belangrijker. Het was ook heel leuk, we hebben op een gegeven moment... De Hollandsche Molen heeft nog een aantal molens in eigendom. Nou, één ervan is de molen Rijn en Lek in Wijk bij Duurstede. Het wordt weleens de mooiste molen van Nederland genoemd maar dat heb ik maar niet zo vaak gezegd want dat kan je in deze positie eigenlijk niet waarmaken. Maar op een gegeven moment is daar een boekje gemaakt over de geschiedenis en toen heeft degene die dat gemaakt die is alle bejaardencentra in Wijk afgegaan om te vragen of er mensen waren die nog bijzondere herinneringen hadden. En daar kwam toen ineens bijvoorbeeld een verhaal naar voren dat de molen aan het noodlot was ontsnapt, dat bijna door een storm dat die omgegaan... Of omgegaan, dat die zwaar beschadigd was geraakt. Wisten wij helemaal niet. Dus dat belang van oral history en daar is eigenlijk het icoonproject ook een voorbeeld van natuurlijk. Dat neemt steeds toe en ik denk dat het ook een uitdaging voor de komende tijd wordt om die verhalen op te zoeken en ook vast te leggen. Dat gebeurt al gelukkig maar daar kan nog heel veel aan gebeuren.
- SPI: Dat openzetten van de deuren, letterlijk en figuurlijk, dat werd de rode draad in het beleid. Waarom is dat belangrijk?
- SP2: Het is belangrijk uit twee oogpunten denk ik. Van binnen naar buiten, van buiten naar binnen. Van binnen naar buiten, er gaat heel veel zorg, aandacht en geld in om. En ik vind dat je daar rekenschap van moet geven, dat hoort tegenwoordig er gewoon bij. En het is ook heel erg leuk want waarom als wij met veel plezier met molens bezig zijn, waarom zouden we dat plezier niet kunnen delen met anderen? En je merkt dus ook dat het publiek steeds meer daarin ook geïnteresseerd is. We weten nu ook dat als een molen niet draait dan gebeurt er eigenlijk niks maar zodra een molen, hangt een beetje af van waar die staat natuurlijk, maar zodra die draait dan komen er een heleboel mensen op af en dan komen mensen vanzelf al bijna van: "Mag ik een kijken wat hier aan de hand is?". Ik vind ook altijd heel opvallend van hoe jong kinderen zijn als ze al weten wat een molen is. Dat is met een paar jaar zit dat er al in. En ja, dat geeft al aan dus dat het inderdaad gewoon dat pandabeertje is en dat troetelkind is waar mensen gewoon heel veel plezier aan beleven. Ja, dat zorgt dan bij elkaar die twee kanten, van binnen naar buiten en van buiten naar binnen toe, dat het draagvlak voor molens dat het toeneemt of stabiel is of in ieder geval groot is. En dat heb je gewoon weer nodig als het inderdaad gaat om het behouden en in stand houden van die werktuigen.
- SPI: Draagvlak bij het publiek, het grote publiek.



SP2: Draagvlak bij het publiek. Wij hebben het zelf een keer gehad bij een molen van ons in Warnsveld bij Zutphen. En Warnsveld is een dorp naast de stad Zutphen, aan de andere kant van de provinciale weg. En op een gegeven moment had de gemeente besloten om de subsidie te stoppen. De gemeente gaf ook subsidie. En toen is eigenlijk heel Warnsveld in het verzet gekomen en is dat meteen ook teruggedraaid want toen bleek wel bij de politiek van: ja, wacht even. Als wij natuurlijk nu de kiezers in Warnsveld tegen ons krijgen dan wordt het misschien bij de komende verkiezingen wel een ander verhaal. Ja, en dat geeft al... Dat is dan wel een beetje een extreem voorbeeld. Maar zeker als het gaat om biotoop bijvoorbeeld, dus de omgeving van molens, is het van groot belang dat je daar voor draagvlak zorgt zodat als daar bedreigingen zijn of als er dingen gebeuren die niet goed zijn dat je dan ook de lokale bevolking meekrijgt en dat die ook actief zijn in het benaderen van politiek en van bestuur.

SP1: Ja. Zou je kunnen zeggen dat het grote publiek ook een beetje is gaan nadenken en misschien ook een beetje is gaan, als is het maar onbewust, gaan meedenken aan het behoud van molens?

SP2: Ja, vaak wel een beetje getrapt en gelaagd is dat hoor. Dus het begint eigenlijk wel bij een besef van ik vind dat mijn omgeving waar ik woon ook een bepaalde kwaliteit moet hebben. En wat ik eerder al eens een keer gezegd heb in helemaal het begin van mijn carrière zei een voorzitter: "Het is de vulgarisatie van het molenbehoud dat we de deuren openzetten." Nou, dat is geenszins het geval. Maar men wil graag wel... De mooie dingen om je heen wil je graag behouden en wil je graag ook van kunnen genieten. Mijn zwager en schoonzusje die wonen in Zuidland. Dat is een dorp op Voorne-Putten, dat is onder Rotterdam. En daar is een hele actieve molen. Althans de molen is niet... Ja, de molen is actief maar er zitten geen actieve molenaars op. En je ziet ook heel vaak, en zo is het bij mij ook gebeurd, als mensen op bezoek komen in Zuidland dat ze vanzelf even naar de molen gaan als het eerste uitstapje wat je doet en dan zie je ook wel dat die... Dat hebben we bijvoorbeeld gehad van een molen in Friesland die moest behouden worden en daar waren 360 huishoudens en 320 die waren lid van de molenstichting. En die andere 40 die zijn met pek en veren buiten de grenzen gezet zeiden we altijd. En die hebben dat ook overigens heel goed gedaan door bij het proces van de restauratie mensen helemaal te betrekken. Maar dan zie je inderdaad wel dat het draagvlak groot kan zijn. Ik moet er altijd bij zeggen dat het wel in de randstad anders vaak is. In stedelijke gebieden, niet alleen de randstad maar ook gewoon die verstedelijkte gebieden, daar is die binding vaak veel minder natuurlijk.

SP1: Betekent een groter draagvlak ook meer leden voor de vereniging?

SP2: Nee. En dat is misschien eigenlijk wel mijn grootste... Teleurstelling wil ik niet zeggen maar dat is dus uiteindelijk niet gelukt althans in de zin van leden. Toen ik bij de vereniging kwam waren er, dacht ik, 7.200 leden. En dat is eigenlijk suggestievelijk tot ongeveer de helft teruggelopen. Er zijn op zich wel zakelijke verklaringen voor dat lidmaatschap aantallen teruggelopen en dat mensen zich niet langdurig willen binden aan een organisatie. Er is ook veel meer gekomen. Je ziet dus dat mensen eerder dan toch lid worden van een plaatselijke of regionale organisatie. Maar ergens voelt dat toch niet helemaal goed en ik heb natuurlijk ook de periode meegemaakt dat bijvoorbeeld organisaties natuurmonumenten waar wij ons aan verwant voelden omdat De Hollandsche Molen en natuurmonumenten hadden dezelfde voorzitter aan het begin van hun bestaan. En De Hollandsche Molen heeft ook kantoor gehad bij natuurmonumenten op de Herengracht destijds. Dat is al van voor de oorlog hoor. Maar natuurmonumenten groeiden ineens explosief. En dat had er wel mee te maken... Dat is wel een verschil. Kijk, er was toen in die periode, dat was vooral de jaren '90 toen natuur en milieu heel erg in the picture kwamen. Toen zelfs een VVD-minister als Nijpels ineens heel erg milieubewust begon te

doen. En dat was ook gemeend denk ik wel. Maar er was toen wel een algemeen gevoel in de Nederlandse samenleving: het gaat niet goed met dé natuur. En wij hebben wel een gevoel bij dé natuur, daar hebben we allemaal wel wat mee. Maar bij de molen is dat helemaal niet het geval dus bij monumentenzorg sowieso niet het geval. Dan heb je iets met de molen bij jou om de hoek, het raadhuis in het midden van het dorp, de kerk waar je te kerken ging of altijd langsrijdt. Maar dat heb je in jouw eigen omgeving maar je hebt niet zo veel met een molen die 100 kilometer verderop staat. Dat is dus wel een beletsel wat je heel sterk hebt tegenover dus dat het niet gegroeid is op landelijk niveau of zelfs gedaald is dat wil dat er van onderaf wel een veel grotere groep is gekomen. En misschien is het dan ook niet zo erg dat het aantal leden niet enorm gegroeid is. Maar eerlijk gezegd ik kijk dan wel met afgunst soms naar organisaties waar dat wel lukt. En misschien is dat ook wel een beetje het gevolg van de doelstelling die De Hollandsche Molen ook heeft. Dus wij zitten niet aan een eigendom vast en met een eigendom kan je wel heel erg de markt op gaan en mensen aan je binden. Een organisatie als de Vereniging Rembrandt bijvoorbeeld, die dus bijdraagt aan de aankoop van kunstwerken, vooral schilderijen, daar heb je wel het gevoel... Dat weten ze op een hele goede manier hun leden bij te brengen, van dat je eigenlijk ook mee betaald hebt aan de verwerving van dat schilderij. En dat voelt enorme trots. En dat heb je bij molens en bij monumenten veel minder.

SPI: Ja. Ben je wel tevreden hoe het er nu voor staat?

SP2: Toen ik directeur werd, werd eigenlijk gezegd van... Er werden twee dingen gezegd. Hij is nog een beetje jong maar dat gaat vanzelf wel over. Nou, dat is ook overgegaan. Maar het tweede was wel van: jij bent degene die dus De Hollandsche Molen in de vaart der volkeren gaat opstoten. En dat is uiteindelijk op een andere manier gelukt dan ik toen gedacht had. En dat is veel meer wel gelukt in het kader van de doelgroepen die meer naar binnen zijn en zeker ook, denk ik, molens zijn veel meer onder de aandacht gekomen in het brede palet van monumentenzorg. Die geïsoleerde positie hebben we eigenlijk helemaal niet meer. We zijn zelfs een voorbeeld voor anderen en dat je natuurlijk ontzettend veel deugd. Maar ja, je bent niet die grote publieksorganisatie geworden waar eigen wel een beetje op gerekend was. En ja, dat was een droom die je had natuurlijk en die droom is er gewoon niet uitgekomen. Nou ja, daar staan andere dingen tegenover. Ja, zo gaat het nou eenmaal.

SPI: Zeker.