Het Marke Manifest

5 Juli 2100

Markelo, Twente

Jan loopt trots over de boerderij van zijn opa. Wat is het landschap mooi, rijk en divers! Hij staat aan de rand van een es en kijkt naar de wuivende gersten, de houtwallen, akkerranden, wandelpaden, bloemrijke graslanden. "Opa, later wil ik ook Markeboer van Twente worden, net als jij!" Opa Koos begint te stralen. Hij is blij, maar weet dat dit 80 jaar geleden nog heel anders was. "Kun je het je voorstellen kind", zegt opa, "dat de boer en het landschap op het randje van de afgrond hebben gestaan". "Hoe bedoel je dat?" vraagt Jan. "Ik zal het je uitleggen", zegt opa. "Ik zal je het verhaal vertellen van het Markemanifest!"

Het fundament - Twente is opgebouwd uit klei, veen en zand

"We duiken ver terug in de tijd. Ijstoppen bedekten ons land. Deze voerden kei-leem mee, een mix van klei, leem, zand, grind en keien. Het werd langzaam warmer en de ijskap trok zich terug, stuwwallen van keileem achterlatend. Smeltwater zocht een weg omlaag en spoelde de stuwwal op sommige plekken weg. Hier ontstonden beekdalen. Daarna werd het weer koud. De bodem bevroor, er was nauwelijks begroeiing en stevige winden vanuit de Noordzee bedekten Twente met een laagje zand, het zogenaamde dekzand. Woonden hier toen ook al mensen? vraagt Jan. "Nee, onze voorouders kwamen pas later, dat zal ik je nu vertellen".

Marken en noaberschap - Alleen ga je sneller, samen kom je verder

Lange tijd werd Twente beheerd door nomaden. Ze leefden van vissengat, jacht en wat de natuur hun bood. Toen zij ieerden voedsel te telen op de 'woeste gronden', konden ze zich op een plek vestigen. Overal in Nederland vond dit plaats. Maar in Twente gebeurde iets uniek.

Boeren gingen samenwerken in zogenaamde Marken. Samen organiseerden zij het gebruik en beheer van boerenland. Elke Marke bestond uit verschillende cultuurlandschappen, zodat ze gezamenlijk verschillende vormen van voedsel konden produceren. Wij, de boeren, bouwden hiermee de oorspronkelijke Twentse cultuurlandschappen (1). De organisatie van de Marken lag in handen van de boeren zelf. Een van hen, de Markerichter, was een soort voorzitter. De Marke produceerde ook voedsel voor de aangrenzende buurtschappen, Noaberschappen. Zo helpen mensen zichzelf en elkaar.

1. Cultuurlandschappen - Boeren waren afhankelijk van regiospecifieke kenmerken van bodem, water en de natuurlijke omgeving. Zo ontstonden verschillende cultuurlandschappen met eigen landschapselementen en structuren zoals houtsingels, houtwallen, esranden, sloten, bosjes. Ze waren functioneel voor vee-eidering, bemesting, schadue, ontwatering van de grond.

2000

Het Twentse cultuurlandschap veranderde langzaam in een groene woestijn. Wij waren een speelbal tussen banken, politiek en de supermarktketens.

Het systeem centraal - Nooit meer honger

Na de Tweede Wereldoorlog gingen we zoveel en goedkoop mogelijk voedsel produceren. Grote kavels, kunstmest en pesticiden hielpen hierbij (2). We produceerden enorme hoeveelheden, ook voor de export (3). Maar het landschap ging gebukt onder een zware last. Bijzondere planten verdwenen, en daarmee insecten, vogels en andere dieren. Wij boeren werden als speelbal tussen banken, politiek en de supermarktketens gerold. En de mensen? Die wilden de laagste voedselprijs, maar betaalden de hoogste prijs voor de teloorgang van het prachtige Twentse land.

Gescheiden werelden - Het Twentse cultuurlandschap werd een groene woestijn

Het beruf greedie dat het anders moest. Natuur- en landbouwgrond werden strikt van elkaar gescheiden. Hierdoor ontstond ruimte voor natuur én efficiënte voedselproductie (4). Het leek een stap in de goede richting. Maar de achteruitgang van het landschap ging door (5). Ook wij boeren kregen het steeds zwaarder. Veel van mijn vrienden moesten noodgedwongen stoppen door strengere regels en bodemprijzen. Steeds meer boeren gingen openstaan voor natuurvriendelijkere vormen van landbouw, maar hoe, dat was de vraag (6).

2. Sicco Mansholt was boer en vanaf 1945 minister van Landbouw, Visserij en Voedselvoorziening. Hij zette onder het credo, 'nooit meer honger' Nederland landbouwkundig wereldwijd op de kaart.

3. Volgens cijfers (CBS) draagt de landbouw circa 1.4% bij aan onze economie. Nederland is weliswaar de een na grootste voedselexporteur ter wereld, maar de bijdrage van onze cijfers van het FAO laten zien dat Nederland maar voor 0,3% bijdraagt aan de wereldwijde voedselvoorziening.

4. Het casco-concept is een landordeningsprincipe. Het laag-dynamische national natuurnetwerk werd gerrijwaard van voedselproducte en ingericht om natuur- en landschapsontwikkeling te verhogen. Daarnaast bleef er ruimte voor grote hoog dynamische vlakken, gericht op voedselproductie voor de wereldmark.

5. Karakteristieke landschapselementen zijn in de afgelopen decennia met 25-50% teruggelopen. Sinds 1960 is het aantal boerenlandvogels met 60-70% afgenomen en ligt de biodiversiteit in het landelijk gebied lager dan in de stad. Uit recent onderzoek van DNB/PBL (Biodiversiteit en de financiële sector: een kruisbestuving?, 2020) blijkt dat biodiversiteitsverlies inmiddels ook grote risico's geeft voor bijnonbeleid de financiële sector.

6. Uit een opinieonderzoek van dagblad Trouw ('de staat van de boer' 2018) blijkt dat meer dan 80% van de boeren zou willen overstappen naar natuurvriendelijkere landbouwmethoden. Een recente reportage in NRC (18 en 20/09 '18) gin gesprekken lang zuinig op de natuur geweest en daar moeten we nu voor boeren! (Illustreert de frustratie bij boeren in Twente.

2020

Crisis vormde het kantelpunt. We kregen we weer oog voor elkaar. Het begon met lokale initiatieven waarin de balans tussen landschap en de lokale samenleving werd hersteld.

Grote opgaven, kleine initiatieven

Ik, en een paar andere boeren, begonnen andere vormen van landbouw te ontdekken en langzaam gebeurden in een ander verhaal. Een verhaal waarin natuur, landbouw en omgeving meer in balans zijn. We zijn toen Markelokaal gestart. In elk deelnemend boerenbedrijf stond natuurwaarde, lokale voedselproducte en beter verdienmodellen van boeren, centraal. De eerste stap was het gezamenlijk gronden opkopen van boeren die stopten. Tegelijkertijd kiken we ook naar andere opgaven: de energietransitie en klimaatverandering herinner ik me bijvoorbeeld. In het begin ging het om kleine individuele initiatieven, maar het zaadje was gepland!

Het kantelpunt - We kregen weer oog voor elkaar

Rond 2020 vond de kanteling plaats. Twee crisissen waren de aankondiging van een nieuw verhaal. Eerst werd duidelijk dat de stikstofuitstoot drastisch omlaag moest. Dit had enorme gevolgen voor de landbouw (7). Daarnaast brak in China een nieuwe ziekte uit, Corona. Door onze wereldhandel kwam de ziekte ook in Nederland. We realiseerden ons dat het gesleep met voedsel ons kwetsbaar maakt. Dat bracht ook sociaal vlak een ommekeer teweeg. We kregen weer oog voor elkaar. Juist dat was iets dat wij, de Twentenaren, in ons droegen. We herinnerden ons weer wie we waren: het noaberschap, de marken, het zit in ons DNA!

Boeren verenigt u - Landschap, waar ben jij goed in?

Het verlangen naar een nieuw verhaal om te kunnen geloven in een nieuwe toekomst groeide. Samen met andere initiatiefnemers besloot ik een nieuw verhaal te schrijven. Een nieuw script dat de mogelijkheid zou scheppen voor een betere toekomst voor boer, mens en landschap. Een verhaal dat onze wereld zou veranderen (8).

7. In het kader van het Programma Aanpak Stikstof (PAS) werden vergunningen verleend voorzitdpend op toekomstige maatregelen. De Raad van State oordeelde echter dat dit in strijd was met de Europese Habitatrichtlijn.

8. Floris Alkemade, Rijksbouwmeester (2015-2020) schreft in zijn essay 'de toekomst van Nederland' over de rol die verhalen en verbeeldingskracht hebben om boven de onvermijdelie wereldpijnheid uit te stijgen. Yuval Harari benadrukt in zijn boek 'Een kleine geschiedenis van de mensheid' dat instituties bij elkaar werden gehouden door een verhaal, een mythe. En ook markten vragen om een institutionele inbedding, dus een een verhaal (vgl. Needham, E. A. et al., 2011. Institutions in theories of land markets, illustrated by the dutch market for agricultural land. London/New York: Routledge)

2025

Het Markemanifest was de basis voor een nieuw verhaal! Door het manifest, het digitale platform en de markeregisseur ontstonden er weer marken in Twente.

We stelden doelen om richting te geven aan het verhaal. Een nieuw regionaal verbond, een balans tussen boer, mens en landschap was in de maak. Alles wat zich in dit verhaal ging afspelen moest bijdragen aan deze doelen:

- *Landschapskwaliteit werd randvoorwaarde voor het productieprogramma (9)*
- *Regionale gemeenschappen ontstonden waarin we samenwerkten*

Hoe konden we dit bereiken? We konden niet terugvallen op de oude spelregels en de overheid. We zochten een radicaal ander beeld. Een van ons had gehoord van Nobelprijswinnares Elinor Ostrom. In haar wereldbeeld stond gemeenschapszin centraal en het geloof dat kleine gemeenschappen zélf spelregels kunnen maken om duurzaam om te gaan met natuurlijke hulpbronnen (10). We stelden basisspelregels op en brachten die samen in het Markemanifest!

Het Markemanifest zorgde ervoor dat het productieprogramma van elke Marke aansloot bij het landschap en de lokale behoeften. We gingen uit van zelforganisatie met, waar nodig, de overheid zoet zet, onder in zijn eigen rol (11). Een markregisseur trad op als gebiedscoördinator. Hij bewaakte de regels uit het Markemanifest en verbond de overheid met de marktkandeelnemers (12).

9. Landschapskwaliteit: een functionele en doelmatige inrichting (de gebruikswaarde), rekening houdend met nieuwe ontwikkelingen (de toekomstwaarde) en zorgvuldig en jiek specifiek vormgegeven (de beleevingswaarde).

10. De acht principes van urban commoning (E. Ostrom, 1990, Governing the commons, New York, Cambridge University Press):
1. Duidelijke definities van wat de gemeenschappelijke middelen zijn en wie de gebruikers zijn
2. Lokale regels aangepast aan de omstandigheden
3. Gemeenschappelijke besluitvorming door de leden
4. Zorg dat de gemeenschappelijke zeggenschap enkend wordt door de autoriteiten en overheden buiten de groep
5. Er is een systeem om het gedrag van elke gebruiker te monitoren
6. Er zijn steeds zwaarder wordende sancties voor diegenen die de regels overtreden
7. Goedkope en laagdrempelige arbitrage bij geschillen
8. Voor grootschalige commons bronnen een gelaagd systeem met lokale groepen

11. Ronald Coase noemt in zijn werk dat een organisatievorm bepalen niet perse goed beleid is bij een overheid (R.H. Coase, 1960. The problem of social cost, Journal of Law & Economics, 3, 1-44). Het motto: 'iedereen laten doen waar die goed in is' is frenip van toepassing.

12. Door de uiteenlopende landschappelijke kwaliteiten en omstandigheden, ontstaan verschillende Marken en daarmee ruimogelijkheden. De marken functioneren gelaanmijls als een regionaal gemengd bedrijf. De Markeregisseur is de spil van de Marke en zorgt voor de verbinding tussen de Markeraad, de Markeraad, de 'beetjers' de Marke, binnen de aan de voorkant afgegrenzen kaders van de overheid. De Markeregisseur faciliteert ook het opzetten van een regionaal digitaal platform dat als marktplaats tussen verschillende Marken fungeert. De Markeraad bewaakt het verkopen van de spelregels. Indien partijen onderling niet uit een geschil komen, burgt een onafhankelijke expertgroep zich erover. De Markeregisseur signaleert, de expertgroep arbitreert.

2050

Het netwerk werd steeds fijnmaziger door het opsplitsen van groeiende Marken. Hierdoor behielden we het gevoel van eigenaarschap en lokale trots.

Het Markemanifest - Verbinding en samenwerking

We hadden nooit verwacht dat het zo snel zou gaan. Natuurlijk hadden we in het begin wel een financiële plan nodig om de Marke een beetje van de grond te tillen. Gebaseerd op het verleden, begonnen we met het opzetten van een landschappelijke basisstructuur (4, 14). In overleg met boeren, de Markeregisseur en overheid werd de mint gunstige landbouwgrond opgekocht. De oude landbouwgronden moesten eerst ontgrifen en werden daarom ingericht voor de productie van duurzame energie wat weer een mooie opbrengst gaf (15). Tussen de nieuwe natuurverbindingen ontstonden ruimtes voor de verschillende Marken. Natuur, voedsel, recreatie, energie en klimaat werden de programmaonderdelen waarmee de Marken in onderlinge balans konden worden ingericht.

De eerste aanmeldingen kwamen al snel binnen. Maar tot hoe groot kon een Marke uitgroeien om ervoor te zorgen dat het gevoel van eigenaarschap behouden zou blijven? We besloten dat een Marke maximaal 50 deelnemers mocht hebben (16). Werd de Marke te groot, dan werd deze opgedeeld. De randen van deze nieuwe Marken vormden dan opnieuw natuurverbindingen. Zo ontstond een steeds fijnmaziger natuurnetwerk en bleef het onderlinge 'noaberschap' binnen de Marke, voel- en werkbaar.

In 2030 had elk gebied in Twente zij zijn eigen Marke. Dorpsbewoners besteden volop onze producten via het online platform. Maar ook horecaondernemingen profiteerden van de marketing random lokaal geproduceerde Markeproducten. Dat betaalde zich ook uit in steeds meer recreatie in ons prachtige gebied. En wat mooi was: nu we niet meer hoefden te werken in de moordende concurrentie op de wereldmarkt, konden we ook de mensen die in het oude systeem 'te weinig productief' waren gebruiken. De gemeenten hielpen hierbij een handje mee (17). Mensen proatten destijds veel over een inclusieve samenleving; wij deden het!

13. Het buiteenmodel van de Marke moet aantrekkelijk zijn voor de deelnemers. 'No market will operate unless the exercise is worthwhile' (Vincent Renard, 1994). Een gaandeweg toenemend deelnemers kunen investeren vanuit verminderd risico kan in de opstartfase helpend zijn. Door de garantstelling kunnen partijen met een 'normaal' rendement rekenen.

14. De basisstructuur kan, in samenwerking met Twentse gemeenten en andere betrokken partijen, in een structuurvisie van de provincie worden vastgelegd. Op het moment dat het kader niet meer voldoet, kunnen overheden hun publiekrechtelijke doorzettingsmacht inzetten om tot een nieuw kader te komen.

15. Intensief gebruikte landbouwgrond bevat veel nutriënten. Langjarig verschralingsbeheer is nodig om de grond te verarmen en geschikt te maken voor natuuronteikkeling.

16. De optimale grootte van een Marke ligt tussen de 30-150 deelnemers (gebaseerd op het praktijkvoorbeeld van Oosterwold, Almere). Omdat lokale betrokkenheid en werkbaarheid belangrijk zijn wordt een maximum van 50 deelnemers aangehouden. Een Twents boerenbedrijf is op dit moment gemiddeld 25 hectare. Een marke van 50 deelnemers is dan 1250 hectare. Grofweg betekent dit dat de nieuwe Marken in oppervlakte verdubbelen t.o.v. de historische Marken.

17. Werkgevers die mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt aan werk helpen, kunnen hiervoor loonkostensubsidie krijgen van de gemeente. Via de loonwaardebepaling kan worden vastgesteld wat de hoogte van de loonkostensubsidie is voor een werkgever.

2100

De Marken zorgden voor een eigen lokale identiteit, geworteld in het landschap. Zo ontstond een rijk en divers landschap.

Diversiteit en identiteit - Elke marke een eigen karakter

De uitdagende opgaven random voedsel, natuur, recreatie, energie en klimaat brachten wij de Marken samen. Door ben ik nog steeds trots op. Tegelijkertijd kreeg elke Marke zijn eigen identiteit. Dat klinkt misschien wat abstract. Er zijn 3 voorbeelden die je wel kent: de veenmarke, de stuwmarke en de beekmarke met elk hun eigen karakter, producten en diensten(18).

***Jan, weet je wat ik het allermooist vindt? sluit opa Koos af. We hebben het samen gedaan in Twente, en daardat we sterk koersten op een lokale aanpak hebben we nu een diversiteit aan Marken met elk een eigen identiteit, geworteld in het landschap. Ons landschap! We waren hiermee een voorbeeld voor de rest. Langzaam pakten andere regio's in Nederland onze werkwijze op. De basisspelregels bleven uitgangspunt en konden worden aangevuld met specifieke kenmerken van de verschillende regio's. Zo ontstond niet alleen in Twente, maar in heel Nederland een rijke diversiteit aan landschappen. Nederland was weer trots op zichzelf!*

18. Het landschap stelde voorwaarden aan het productieprogramma van de marke. Elke marke kon kiezen uit een reeks van producten en diensten die op de kwaliteit van het landschap aansloten. Zo kon de radruk liggen op grasn of andere voedingsgewassen, terwijl de een andere marke meer mogelijkheden bood voor energieproductie, waterrecreatie, of recreatie. Het zal meestal een combinatie van verschillende producten en diensten zijn, afhankelijk van de kwaliteiten van de deelnemers in de marke. Deze diversiteit versterkt de landschappelijke verankering en zorgt voor financiële risicospreiding.

Leden

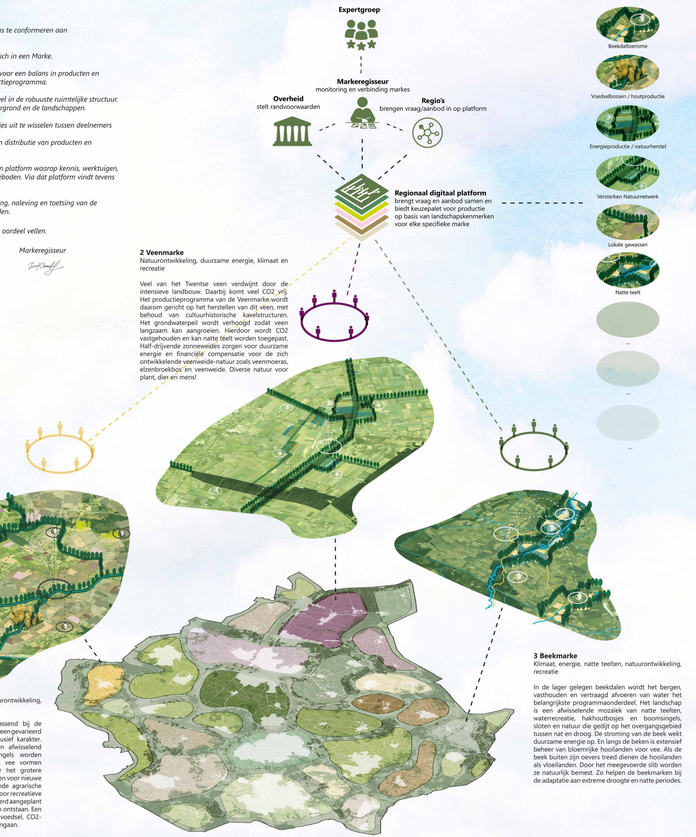
Markeregisseur

Het Markemanifest

Markelo,
5 juli 2025

Hierbij verklaren wij, leden van de Marke, ons te conformeren aan onderstaande spelregels:

1. *Boeren, afnemers, en burgers verenigen zich in een Marke.*
2. *Binnen de Marke zorgen we gezamenlijk voor een balans in producten en diensten. Dit leggen we vast in een productieprogramma.*
3. *Iedere Marke drraagt voor de haar deel in de robuuste ruimtelijke structuur. Het productieprogramma past bij de ondergrond en de landschappen.*
4. *Binnen de Marke is een deel van de functies uit te wisselen tussen deelnemers*
5. *De marke biedt een verkoopkanaal en een distributie van producten en diensten binnen en buiten Twente.*
6. *Alle Twentse Marken werken samen in een platform waarop kennis, werktuigen, en (specialistische) diensten worden aangeboden. Via dat platform vindt tevens onderlinge afstemming plaats.*
7. *De Markeregisseur ziet toe op de uitwerking, naleving en toetsing van de spelregels en faciliteert Marken en hun leden.*
8. *Bij oneenigheden kan een expertgroep een oordeel vellen.*



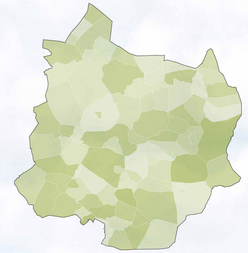
IAA Architecten
Theo de Bruijn
Elisabeth Floris
Chiel Lansink

stec groep
Esther Geuting

Twente is opgebouwd uit stuwwallen en veendalen en beschikt over veel verschillende landschapstypen

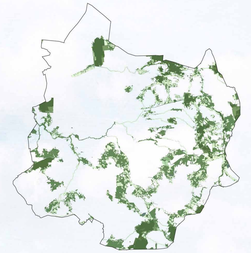
Landschap
Het Twentse landschap is in cultuur gebracht door boeren waardoor verschillende landschapsidentiteiten ontstonden door heel Twente
Geoportaal Overijssel

Historische marken



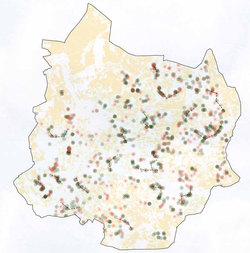
Historische Marken
De collectieve samenwerking tussen boeren en het noaberschap zit in de cultuur van Twente
Geoportaal Overijssel

Natuur en landschapsontwikkeling werden gescheiden van de landbouwgronden



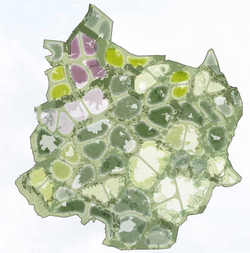
Beleid
Het NationaalNatuurNetwerk en Natura2000 dooraderen de grote aaneengesloten landbouwgronden van Twente
Geoportaal Overijssel

Stoppende boeren en lokale initiatieven leiden tot wildgroei



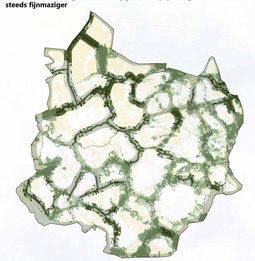
Het Kantelpunt
Minder vruchtbare grond, stoppende boeren en lokale initiatieven met elkaar verbinden
Atlas Natuurlijk Kapitaal
Stoppende boeren / Lokale initiatieven indicatief

Het aantal en de verscheidenheid in Marken ontwikkelt zich door de tijd



Marken
De Marken zorgen voor lokale identiteit en voor rijke en diverse cultuurlandschappen van Twente

De natuurverbindingen worden bij groei en opsplitsing van de Marken steeds fijnmaziger



Robuust kader
Natuur- en landschapsverbinding vormen een robuust kader voor de verschillende Marken

Ontstaan Marken
Rond 1300 werden Markes opgericht om gezamenlijk woeste gronden te ontginnen en het landschap te beheren

Historische cultuurgronden
In de eerste helft van de 20e eeuw was er een balans tussen natuur en landbouw op de Twente se cultuurgronden. Boeren droegen zorg voor het landschap.

Wereldmarkt
Nederland produceert voor de wereld. De boer is verworden tot speelbal en de lokale binding is verdwenen.

Groene woestijn
Kunstmatig hoge productie leidt tot een (on)bruchtbare groene woestijn en verminderde biodiversiteit

Robuust kader
natuuronteikkeling op de lange termijn met ruimte voor experimentele vormen van landbouw en duurzame energie als (bijdelijk) verdienmodel

Minder vruchtbare gronden
De minder vruchtbare gronden vormen samen nieuwe natuur- en landschapsverbindingen voor een hogere biodiversiteit en beleevingswaarde

Lokale identiteit
Markes hebben een eigen lokale identiteit in natuur- en landschapselementen en in productieprogramma

Toerisme en recreatie
De marken vertellen ieder een eigen verhaal en dragen bij aan de beleevingswaarde van het landschap