



# Een storm in een glas water

(voor een goed doel)

door H.A. Hachmer

**H**et onderstaande ontsproot zo maar in mijn wilde grijze massa. Het zal wel een utopie blijven. In molenland heerst immers windstilte, soms verstoort door een kalm briesje. Is het niet tijd voor een klimaat-verandering en wat meer herfstwind?

Onder het motto RUIMTE VOOR MOLENS werd in het afgelopen jaar door DE HOLLANDSCHE MOLEN de aandacht gevestigd op de omgeving van molens, met een mooi woord biotoop geheten. Een heus reclamebureau ontwierp het logo voor de campagne. Folders, ballonnen, affiches en T-shirts bedrukt met logo gingen bij de molenliefhebbers grif over de toonbank. De campagne was echter niet bedoeld om voor eigen parochie te preken. Die weet allang dat je een molen niet moet wegstoppen achter bomen en muren. Niet leden en ambtenaren moesten zich bewust worden van de aantasting van de molenbiotoop. Daarom werd ook de hogere en lagere overheid benaderd. Een rapport, zoals het in die kringen hoort, met de titel RUIMTE VOOR MOLENS werd op 10 mei bij de KORTRIJKSE MOLEN te Breukelen gepresenteerd.

De folder RUIMTE VOOR MOLENS kwam je in bijna elke molen tegen. De animo onder eigen leden was dus groot. Sommige vrijwilligers gaven uitgebreid tekst en uitleg aan de bezoekers.

Toch vraag ik mij af wat het succes is geweest van deze campagne. Goed, DE HOLLANDSCHE MOLEN was even op TV. Er stonden kleine stukjes in grote dagbladen en onze eigen DERK JAN TINGA verscheen uitgebreid in TV- Noord, maar wat is het effect?!

Bij de ambtenaren ligt het rapport al lang weer in de onderste la. Plannen van projectontwikkelaars en de groen lobby liggen weer bovenaan.

Volgens mij zijn molenorganisaties veel te braaf. Andere organisaties weten beter hoe het moet. Met zielige beestjes, zure bomen of zure bommen haal je de TV en kun je scoren. Er wordt zelfs geld ingezameld. Ook ludieke en harde acties werken.

Daarom, molenorganisaties houd op met dat halfzachte gedoe.

Hieronder volgen enkele suggesties voor een nieuwe campagne en een ander beleid.



Het bestuur van DE HOLLANDSCHE MOLEN besluit de "sch" te schrappen en gaat voortaan door het leven als Hollandse Molen, een moderne vereniging die zich inzet voor de Nederlandse molen.

We gaan massaal met ronkende kettingzagen naar Den Haag. Weg met die bomen, weg met die gebouwen, "Zicht op de molen" dat is de eis!!!! Een affiche met een bekende dame in D-cup voor een molen wordt door een groot reclamebureau als ondersteuning van de actie ZICHT OP DE MOLEN gratis landelijk verspreid. Bushokjes worden leeg geroofd, de drukker kan er niet tegen werken.

Tijdens een uren durende TV-show wordt geld ingezameld onder het motto *Redt molen "HET KALF", voor het verdronken is*. Redacteur H.H. te N. P. van de ZZ. wordt gearresteerd na het stelen van molenbedreigende bestemmingsplannen. Hevig geëmotioneerd wordt zijn lijdensweg door NOVA gevolgd. "Zo ga je met criminelen om, maar niet met mensen die strijden voor het goede doel", weet hij uit te brengen. Na vrijlating wordt hij bedolven onder bloemen van de hele buurt. NOVA, NIEUWSLIJN en het HART VAN NEDERLAND zijn van de partij.



Weer een molenbiotoop onvriendelijke vergelijking!  
Twee foto's van koren- en pelmolen De Orrust te Oude Pekela.  
foto genomen voor 1945                      foto met opkomend groen uit 1959  
(foto's: WOB)