



Jaar van de Ruimte  
2015



# Businessplan organisatiespoor Jaar van de Ruimte

September 2013



# Inhoud

Aanleiding voor het Jaar van de Ruimte	3
Missie en doelstellingen	5
Strategie	8
Organisatie	14
Financiering	16
Communicatie	19
Bijlagen	22



# Aanleiding voor het Jaar van de Ruimte

De komst van de Vierde Nota over de Ruimtelijke Ontwikkeling van Nederland en de Vierde Nota Extra (VINEX) betekende rond 1990 een omslagpunt voor de ruimtelijke ordening. De focus van het beleid werd meer marktgericht, internationaler en selectiever (stedelijke knooppunten, mainports, Nederland Waterland). Inmiddels zijn we onderweg naar 2015, de oorspronkelijke opleverdatum van de VINEX. De resultaten van het VINEX-beleid zijn anno 2015 aanwijsbaar, maar de aanpak van toen past niet meer in de tijd van nu. De ruimtelijke ordening is op een nieuw omslagpunt beland. De tijden zijn veranderd en het spel rond de ruimte wordt tegenwoordig anders gespeeld. Crisis en decentralisatie vragen een andere aanpak van ruimtelijke ontwikkeling.

In de discussie hierover worden de woorden 'nieuw' en 'anders' veel gebezigd. Er zijn nieuwe spelers, nieuwe rollen, nieuwe verdienmodellen en zeker ook nieuwe opgaven. Er is een brede beweging zichtbaar rond onderwerpen als bottom-up, organisch en flexibel. Dit leidt tot vragen over ander beleid, nieuwe strategie, procesgang, rollen, sturing en investeringen. Het is nog niet duidelijk waar dit 'nieuw en anders' toe zal leiden.

De initiatiefnemers van het Jaar van de Ruimte constateren dat de ruimtelijke ontwikkeling van ons land om een nieuw handelingsperspectief vraagt. Zij stellen de vraag centraal hoe Nederland met de nieuwe ruimtelijke opgaven moet omgaan. Het gaat daarbij over opgaven op korte en lange termijn, opgaven op de kleine en de grote schaal.

Het Jaar van de Ruimte in 2015 wordt bij voorkeur een aaneenschakeling van inspirerende activiteiten die de professionele en maatschappelijke discussie over de ruimtelijke ordening in ons land voeden. Het zwaan-kleef-aan principe staat voor de vrijheid en de ruimte voor allerlei organisaties en groeperingen om zich aan te sluiten bij dit initiatief. Dat kan bijvoorbeeld vorm krijgen in de activiteiten van die organisaties, in het programmeren van relevante discussies, in bijdragen aan het debat, in onderzoeksbijdragen en/of in medefinanciering.

De grote ruimte voor aanhakers, initiatieven en ideeën laat onverlet dat het goed is om enige structuur en regie te hebben. Niet om zaken dicht te gooien, maar om een 'kapstok' te hebben voor in het inbedden en inpassen van ideeën, gericht te kunnen zoeken naar financieringsmogelijkheden, om te zorgen voor afstemming en coördinatie van allerlei activiteiten en actielijst te kunnen opstellen voor de goede aanloop en uitvoering van het Jaar van de Ruimte. Vanuit deze invalshoek moet dit businessplan worden gelezen.



# Missie en doelstellingen

*De missie van het Jaar van de Ruimte is om de gebruikers van de ruimte meer invloed te geven bij de sturing van de ruimtelijke ontwikkeling van ons land.*

*Twee doelstellingen stutten deze missie:*

(1) het bevorderen van de maatschappelijke discussie over hoe de ruimtelijke inrichting van Nederland tot stand komt en hoe particulieren, ondernemers, instellingen en collectieven daaraan bijdragen, en  
(2) het bevorderen van het professionele debat over de doorontwikkeling van de ruimtelijke ordening. Aan deze doelstellingen zijn doelgroepen verbonden: respectievelijk het 'brede en geïnteresseerde publiek', en de professionals in beleid, wetenschap, advies en onderwijs en politiek.

Het formuleren van doelstellingen heeft waarde als op enig moment ook geconstateerd kan worden of ze behaald zijn. Dat vraagt om een SMART formulering van de doelstelling; in Specifieke, Meetbare, Actiegerichte, Realistische en Tijdgerelateerde bewoordingen. Het bevorderen van een discussie of debat is weliswaar zichtbaar - in discussies of debatten die plaatsvinden - maar dat zegt nog niets over de kwaliteit van de discussie, het aantal mensen dat deelneemt, de besproken thematiek en de resultaten of de voortgang die bereikt worden. Het is in essentie een moeilijk meetbare doelstelling. De SMART-vertaling zal een wat meer indirecte vorm moeten krijgen. In de onderstaande teksten wordt voor beide doelstellingen een smart vertaling in subdoelen voorgesteld.

## Bevorderen van de professionele discussie

De discussie onder vakgenoten in brede zin vindt al volop plaats en is bijvoorbeeld zichtbaar in wetenschappelijke artikelen, in tijdschriften als S+RO, bij Ruimtevolk, Nederland Boven Water, het Watertorenberaad of Platform31 en in publicaties als De Spontane Stad. De essentie van de discussie betreft de wijze waarop 'het vakgebied' zich moet doorontwikkelen, gegeven de resterende en toekomstige opgaven en de (beperkte) publiek-private investeringsmogelijkheden.

Eigenlijk is de hamvraag hier: wat is de beste manier om 'als samenleving' besluiten te nemen over de inrichting en verandering van de ruimte - een vraag die op verschillende ruimtelijke schaalniveaus en voor verschillende tijdshorizonten verschillende antwoorden kan krijgen. Vanuit het gegeven dat er op de achtergrond verschillende maatschappijvisies of politieke overtuigingen aan de orde zijn, zijn er wellicht geen goede en slechte antwoorden. Misschien wel effectieve of minder effectieve antwoorden. De



doorontwikkelingsdiscussie kent dan ook vele aspecten: visie, strategie, doelstellingen, opgaven, principes, proces, geld, spelers, spelregels. Het is daarom van belang om eerst te komen tot een agendaformulering voor het professionele debat in het Jaar van de Ruimte. De activiteiten die in 2013 plaatsvinden als aanloop naar het Jaar van de Ruimte kunnen helpen bij de agendasetting (denk aan voorverkenning toekomstspoor, evaluatief onderzoek, werksessie op vinexlocaties; vakdebat; gesprekken met intermediaire organisaties). De agenda geeft ook meer helderheid over wie deelnemen aan het debat en hoe het gevoerd kan worden.

Het bevorderen van de vakdiscussie krijgt een vertaling in de volgende subdoelen:

1. Het formuleren en beleggen van een agenda in 2013 en 2014 voor de discussie over de doorontwikkeling van het vakgebied ruimtelijke ordening; het beleggen van die agenda in activiteiten, projecten, manifestaties etc die in 2015 plaatsvinden.
2. Actieve deelname aan het Jaar van de Ruimte van ten minste 25 relevante (vakmatige) groeperingen (politiek- bestuurlijk; ambtelijk; wetenschap; maatschappelijke organisaties; ruimtevragende sectoren; investeerders etc.).
3. Het (laten) organiseren in het kader van het jaar van de Ruimte van tenminste 20 vakactiviteiten, aanhakend bij de bestaande congresskalenders van relevante organisaties en gebaseerd op de opgehaalde agenda voor het Jaar van de Ruimte.
4. Actieve betrokkenheid bij het Jaar van de Ruimte van een politiek netwerk (op rijksniveau, op regionaal en lokaal niveau).
5. Het opleveren op 15/12/15 van nog nader te bepalen resultaten van het Jaar van de Ruimte.

## Bevorderen maatschappelijke discussie:

De ambitie van het Jaar van de Ruimte is om de discussie te verbreden van de professionals naar 'het brede en geïnteresseerde publiek'. De inzet is erop gericht om hen te informeren over het verhaal van locaties, plannen en projecten en de discussie te voeren over de bijdrage die Nederlanders daar zelf aan kunnen en willen leveren. Het gaat om bewustwording van hoe het gebruik en de ordening van de ruimte tot stand komt, maar zeer zeker ook over het gesprek daarover. Wat vinden die geïnteresseerde Nederlanders van die ordening? Wat zou anders moeten? Wat willen ze zelf kunnen regelen? Hoe willen ze bijdragen? Welke ruimte hebben ze nodig? Welke voorbeelden inspireren?

Kennis geven aan, betrokkenheid creëren van het brede en geïnteresseerde publiek kan onder meer door landelijke media te betrekken, door publieksmanifestaties te benutten en door een aantal activiteiten te organiseren die voor deze doelgroep interessant zijn. De betrokkenheid bij de eigen woon- en leefomgeving kan vorm krijgen door excursies te organiseren naar onder invloed van de VINEX gere-





aliseerde projecten in heel ons land en naar die plekken waar nu aan de toekomst van Nederland (NL 2040) wordt gewerkt., voorbeelden te laten zien, in specifieke situaties expertise aan te bieden, een ontwerp- of essaywedstrijd te organiseren.

Het bevorderen van de maatschappelijke discussie krijgt een vertaling in de volgende subdoelen:

6. Het doen aanhaken van tenminste twee landelijke media aan het Jaar van de Ruimte, met als doel om in 2015 op een aantal momenten het brede en geïnteresseerde publiek te informeren (schrijvende pers, t.v., radio).
7. Het (doen) organiseren in 2015 van tenminste 10 activiteiten onder de noemer Jaar van de Ruimte / NederlandmaaktNederland voor het brede en geïnteresseerde publiek. Dit gebeurt bij voorkeur in samenwerking met bestaande organisaties en aansluitend bij (jaarlijks terugkerende) publieksactiviteiten die al bekendheid hebben. Denk aan de Dag van de Architectuur, Nationale Monumentendag.
8. Het (doen) organiseren in 2015 – eventueel in combinatie met de onder 1 genoemde media of de onder 2 genoemde activiteiten – van een brede publiekspeiling over de ruimtelijke ordening en inrichting van Nederland. De vraagstelling moet een brede publieksmening opleveren over ruimtelijke ordening en over de ruimte voor eigen betrokkenheid bij de woon- en leefomgeving. De uitkomsten kunnen worden gebruikt tijdens de eindmanifestatie op 15/12/15.

## Aanvullende doelstelling:

9. Het benaderen in 2013 en 2014 van potentiële sponsors en donateurs voor het Fonds 2015 ten behoeve van een vulling van het Fonds met ten minste € 200.000,- voor de periode 2013 tot en met 2015.



# Strategie

*In de strategie voor het Jaar van de Ruimte worden 3 sporen onderscheiden:*

**Terugkijkend onderzoek:** *wat kunnen we leren van het tot nu toe uitgevoerde onderzoek naar het ruimtelijk beleid sinds 1990?*

**Vooruitkijkend onderzoek:** *vooronderzoek gericht op de verkenning van de toekomstige opgaven en beschikbare toekomstverkenningen. Vervolgstappen na het vooronderzoek PM.*

**Organisatiespoor:** *samengevat als Communiceren, Verbinden, Programmeren en Oogsten.*

*Er is – naast de persoonlijke expertise en inzet van de leden van het Comité 2015 - sprake van betrokkenheid van het PBL, UvA, IABR, Vereniging Deltametropool en Platform31. Aanvullend bestaan de netwerken van Oud RPD-ers en Jonge Vakgenoten. Zij bieden kennis, expertise, reflectie en inspiratie.*

Uitgangspunt voor de activiteiten in het Jaar van de Ruimte is het Zwaan-Kleef-Aan principe. Het is de bedoeling en de wens van de initiatiefnemers om zoveel mogelijk (intermediaire) organisaties uit te nodigen om mee te doen. De inzet is onder meer om hen te verleiden om de eigen activiteiten en programmering in 2015 te laten plaatsvinden onder de vlag van het Jaar van de Ruimte. Uiteraard is de vraag waarom ze hiertoe bereid zouden zijn ( what's in it for them?). In hoofdlijnen is het voordeel van aanhaken als volgt te benoemen:

Extra exposure; het Jaar van de Ruimte geeft een extra 'vlag' en aanvullende communicatie. Daardoor ontstaat naar verwachting meer aandacht voor de eigen activiteit van de organisatie.

Verbreding/vergroting van de eigen netwerken; door de gezamenlijke vlag die een bredere publiek bereikt, worden nieuwe netwerken en doelgroepen bereikt.

Bijdragen aan een relevant vakdebat. De zoektocht naar vernieuwing die nu al zichtbaar is en de voorlopige resultaten van de voorverkenning voor het toekomstspoor laten zien dat die behoefte groot is.

In het voorgaande hoofdstuk zijn 9 subdoelen geformuleerd. De strategie om deze subdoelen te bereiken, wordt hieronder uitgewerkt. Het Comité 2015 is de meest voor de hand liggende bewaker van deze uitwerkingen. Voorstel is om in elke Comitévergadering verslag te doen van de voortgang. De leden van het Comité kunnen rapporteren, vanuit hun eigen expertise reflecteren, strategieën verrijken, bijdragen aan de realisatie en waar nodig zaken vaststellen.



## **Subdoel 1: agenda ophalen en beleggen**

De agenda voor het Jaar van de Ruimte is een groeidocument dat in de aanloop naar 2015 (dus in de tweede helft van 2013 en in 2014) wordt opgesteld. Inhoud en vorm van de agenda zijn nader te bepalen. Voorlopig wordt daarbij gedacht aan 'de zaken of thema's of opgaven die in het Jaar van de Ruimte aan de orde moeten komen'; die een plek krijgen in allerlei activiteiten en waarover discussie gewenst is.

Het formuleren en vaststellen van de agenda gebeurt in een interactief proces met betrokken partijen en personen. Inspiratie komt onder meer uit:

- evaluatief onderzoek en toekomstspoor; PBL en Vereniging Deltametropool.
- discussies en ontmoeting met/van de netwerken; oud-RPD-ers en Jonge Vakgenoten
- gesprekken met partijen en personen in het kader van het Jaar van de Ruimte. Onder meer belegd bij Platform31.

In dit businessplan krijgt de agenda een startpunt in de vorm van de '4 lange lijnen', met verwijzing naar de notitie dd 18 februari 2013 (zie bijlagen). Vier lange ontwikkelingslijnen verbinden Vinex (1990) met de huidige situatie (2015) en de opgaven die nu zijn gedefinieerd voor de toekomst (2040). Die ontwikkelingslijnen laten zich rond vier thema's formuleren:

- stedelijke oriëntatie
- koers op kwaliteit
- internationalisering en concurrentiekracht
- nieuwe arrangementen

Vanuit deze startagenda wordt in de aanloop naar 2015 de discussie gevoerd en vinden herformuleringen, aanpassingen en aanscherpingen plaats. Het formuleren en (voortschrijdend) vaststellen van de agenda wordt belegd bij het Comité 2015. De agenda wordt belegd in de programmering voor het Jaar van de Ruimte, onder meer in de activiteiten van aangehaakte partijen.

## **Subdoel 2: verbinden van vakmatig betrokken organisaties/intermediaire doelgroep**

De open houding tegenover partijen, organisaties, initiatieven en ideeën laat onverlet dat het verstandig is om te bekijken wie /welke bijdragen in ieder geval gewenst of zelfs noodzakelijk zijn voor het realiseren van de doelstellingen en het voeren van de discussies. De nog op te stellen agenda kan onder meer aanleiding zijn voor actieve benadering. De vraag welke onderwerpen zeker aan de orde moeten komen in het Jaar van de Ruimte draagt bij aan de agendaformulering.

Vanuit het toekomstspoor en het communicatieplan zijn eerste lijsten beschikbaar van te benaderen organisaties/personen. Deze zijn als bijlage bijgevoegd bij dit businessplan. De lijsten worden in de





komende tijd uitgebreid. De ambitie is om tijdens het persmoment rond 1 oktober al een lijst te hebben van tenminste 10 intermediaire organisaties die het initiatief steunen en die in principe bereid zijn om een eigen activiteit onder te brengen onder de vlag van het Jaar van de Ruimte. Zij kunnen deze steun en bereidheid aangeven in een adhesiebetuiging. Alle leden van het Comité 2015, het Comité van Aanbeveling, bestuur of leden van de netwerken kunnen in hun contacten partijen motiveren om aan te haken. De eerste lijst, die als bijlage is bijgevoegd, bevat partijen en organisaties die benaderd zijn/zullen worden voor de Vereniging Deltametropool en Platform31. Deze organisaties stemmen hun contacten onderling af. Voorgesteld wordt om de regie op dit punt te beleggen bij Platform31. Het is immers niet handig en verstandig om partijen dubbel te benaderen.

Het (voortdurend) bewaken van de voortgang in betrokkenheid en van het actieve uitnodigingsbeleid wordt belegd bij het Comité 2015.

### **Subdoel 3: tenminste 20 vakactiviteiten**

Het actief benaderen van intermediaire organisaties ten behoeve van betrokkenheid bij het Jaar van de Ruimte, is primair belegd in het organisatiespoor, bij Platform31. Platform31 neemt dit op zich. Ook de Vereniging Deltametropool heeft eerste contacten gelegd in het kader van de voorverkenning en partijen gesproken die willen aanhaken, een podium willen of thematiek willen bespreken. Er vindt onderlinge afstemming plaats over wie door wie wordt benaderd.

Het ondersteunen van het initiatief Jaar van de Ruimte en het aanhaken in de vorm van een eigen activiteit kunnen goed worden ingezet in de communicatie-uitingen. Hoe meer steun en aanhakers, des te beter voor het Jaar van de Ruimte. Bij voorkeur is in oktober 2013, bij het eerste persmoment al sprake van tenminste 10 aanhakers. De vakactiviteiten hebben bij voorkeur een stevige relatie met de agenda die in 2013 en 2014 wordt samengesteld. Door in overleg met aangehaakte partijen bewust te werken aan een agenda, wordt de kans op interessante resultaten uit discussie en debat groter. Tot de vakactiviteiten behoort bij voorkeur ook een beeld van de vernieuwing die al plaatsvindt in gebieden en projecten, in experimenten, visies, aanpakken. Een zoektocht naar inspirerende voorbeelden draagt bij aan de discussie. De vernieuwing kan ook in het bredere publieksspoor een rol krijgen en inspireren tot betrokkenheid, eigen initiatieven, ruimte geven of nemen.

Coördinatie en afstemming Platform31 – bespreking en bewaking voortgang Comité 2015. Eventueel een rol voor het Comité van Aanbeveling.

### **Subdoel 4: politiek netwerk**

Het is van belang dat de vakdiscussie en de brede publieksdiscussie worden verbonden met de politieke en bestuurlijke discussies, op rijks-, regionaal en lokaal niveau. Het lectoraat Area Development van de



Windesheim Hogeschool (Willem Buunk) heeft in 2012 de partijpolitieke waarden achter de ruimtelijke ordening in beeld gebracht. De bewustwording daarvan en de discussie daarover is in zichzelf al waardevol. In aanvulling daarop is de doelstelling dat de resultaten die in het Jaar van de Ruimte worden bereikt, een politiek commitment of wellicht een politieke actielijst opleveren. Er wordt een breed politiek netwerk georganiseerd dat bestaat uit tenminste 30 actieve personen afkomstig uit het parlement (woordvoerders; medewerkers), provinciale en lokale bestuurders en volksvertegenwoordigers. Het netwerk wordt in de aanloop naar 2015 en tijdens het Jaar van de Ruimte actief betrokken bij voorbereidingen en activiteiten. Het Comité 2015 bespreekt de samenstelling van het politieke netwerk, het uitnodigingsbeleid en de betrokkenheid. Het netwerk wordt in 2013 geformeerd.

### **Subdoel 5: plan 15/01/15 en 15/12/2015**

Er is een voorlopige datum vastgelegd voor een start- en een eindmanifestatie van het Jaar van de Ruimte. Er is grote behoefte om te benoemen welke resultaten het Jaar van de Ruimte oplevert. Deze resultaten kunnen dan op de eindmanifestatie worden gepresenteerd en eventueel bekrachtigd. Op de start manifestatie ligt de nadruk op het terug kijken. Wat heeft de VINEX opgeleverd? Wie hebben Nederland 2015 gemaakt? Op de eindmanifestatie ligt de nadruk op het vooruitkijken. Hoe moet het verder met de ruimtelijke ontwikkeling van Nederland? Wie maakt nu Nederland?

Toch is het voorstel in dit businessplan om niet te snel af te koersen op een eindproduct. De te behalen resultaten hangen samen met de nog te formuleren agenda. Ze zijn dan ook nog even onbenoemd en ze kunnen in 2013 en 2014 in beeld komen. Potentiële opbrengsten zouden bijvoorbeeld kunnen zijn:

- **10 vernieuwende praktijken** die de doorontwikkeling van het vakgebied laten zien;
- **3 experimentlijnen** rondom grotere betrokkenheid van de ruimtegebruiker bij de ordening/(her-)inrichting van ruimte;
- **een manifest** dat de leidende principes voor vernieuwing in de ruimtelijke ordening benoemt;
- een aanloop naar een **nationaal akkoord**.

Het benoemen van resultaten en het verder vormgeven van de eindmanifestatie gaat in 2013 en 2014 plaatsvinden, bij voorkeur in samenspraak met een groot aantal betrokkenen en meewerkende intermediaire organisaties. Bewaking van de doelstelling en vastlegging van resultaten worden belegd bij het Comité 2015

### **Subdoel 6: tenminste 2 landelijke media.**

Het voornemen is om vanaf september te werken aan een brede mediabetrokkenheid. Rond 1 oktober vindt een eerste mediamoment plaats; er wordt een persbericht verspreid dat het initiatief voor het Jaar van de Ruimte aankondigt en partijen uitnodigt om mee te doen. Begin 2014 wordt een select gezels-



schap van bij de ruimtelijke inrichting betrokken vertegenwoordigers van radio, tv., kranten, tijdschriften, blogs uitgenodigd om kennis te nemen van het Jaar van de Ruimte en actief mee te denken over media-inzet. De wens is om in 2015 (tenminste) een artikelenreeks in een landelijk dagblad te krijgen, en/of een documentaire-achtige reeks op de televisie.

Het Comité 2015 – met name de kleinere commissie van Hans Leeflang, Peter Paul Witsen en Jeroen Niemans – maakt een start met de mediacontacten. Het Comité bewaakt deze doelstelling.

### **Subdoel 7: tenminste 10 activiteiten brede publiek**

In 2015 worden tenminste 10 activiteiten georganiseerd onder de vlag van het jaar van de Ruimte voor het brede, geïnteresseerde publiek. De programmering van deze activiteiten gebeurt deels in overleg met intermediaire organisaties (denk aan de Dag van de Architectuur of Nationale Monumentendag) en vraagt daarnaast om nieuwe contacten en ideeën. Als voorbeeld (obv presentatie Platform31 januari 2013):

- Lowlands University in 2015 – de (oud-) minister geeft college;
- BN-ners op Vinexlocaties: wandelroutes, blogs, columns (Toine Heijmans; Barry Atsma);
- VPRO's Slag om Nederland – missie Jaar van de Ruimte centraal - Publicatie(s) Tracy Metz;
- artikelen landelijk dagblad; boekenpakket/filmpakket.

In aanvulling hierop kan bijvoorbeeld gedacht worden aan wandelingen of locatiebezoeken die de deelnemers informeren over het 'verhaal van de plek' of 'het verhaal van de mensen en de ideeën'; aan het opsporen en etaleren van vernieuwende aanpakken, principes of projecten die inspirerend zijn en de ruimte laten zien die er is in de eigen leefomgeving; aan een tour van NS en ProRail langs alle HSL stations van Nederland, wandelingen in het Groene Hart en in de uiterwaarden van de grote rivieren, excursies naar Schiphol, de Maasvlakte 2, wandelingen in binnenstedelijke sleutelprojecten en in de vele VINEX wijken in het land. Met steeds de vraag Wie maakt Nederland?!

Het programmeren van deze publieksactiviteiten is een opgave die mag en kan na-ijlen op de vakmatige programmering. Programmering is voorzien in 2014.

### **Subdoel 8: brede publiekspeiling tbv 15/12/15**

De vraag hoe het brede Nederlandse publiek denkt over de ruimtelijke inrichting van Nederland, de toekomstige opgaven en de wijze waarop die worden opgepakt is interessant in het kader van het Jaar van de Ruimte. De antwoorden geven bijvoorbeeld inzicht in het imago van het vakgebied, de waardering voor bereikte resultaten, de (on)tevredenheid over de eigen leefomgeving, de behoefte en bereidheid om zelf bij te dragen aan veranderingen of verbeteringen. Dit inzicht is waardevol voor de discussie over ontwikkeling van het vakgebied.



De antwoorden op dergelijke vragen kunnen worden opgehaald in een brede publiekspeiling die op een moment in 2015 wordt georganiseerd. Dat kan door een opinieonderzoeker in te schakelen, door een of meer landelijke dagbladen te vragen om de enquête uit te zetten en/of door alle deelnemers aan (publieks)activiteiten een enquête voor te leggen. De resultaten kunnen gepresenteerd worden tijdens de eindmanifestatie op 15/12/15.

### **Subdoel 9: actief werven van sponsors en donateurs**

Behoudens het verbinden van partijen en organisaties die het jaar van de Ruimte actief steunen en bijdragen in de programmering, is ook (financiële) steun van sponsors en donateurs wenselijk. Zoals uitgewerkt in hoofdstuk 5 wordt hierbij primair gedacht aan individuele bedrijven en organisaties die een sponsorrelatie aangaan. In de bijlagen is een voorstel opgenomen van de te benaderen partijen. Platform31 is bereid om het benaderen van sponsors op zich te nemen.



# Organisatie

Het Jaar van de Ruimte kan worden beschouwd als een driejarig programma. Het heeft een lichte organisatiestructuur. De start ligt bij het - min of meer toevallig samengestelde - gezelschap dat in juni 2012 inging op de uitnodiging van Hans Leeflang. Deze groep vormt nu het Comité 2015. Naarmate de ideeën over een Jaar van de Ruimte vorderden, kregen andere organisatieonderdelen vorm en bleek enige mate van governance wenselijk. Hieronder worden de relevante organisatieonderdelen beschreven met een aanzet voor hun rol en taak.

## Comité 2015

Uitvoerend Comité, primair belast met de voorbereiding en organisatie van het Jaar van de Ruimte. Het Comité is initiatiefnemer en heeft de doelstellingen en uitgangspunten voor dit Jaar geformuleerd. Het komt eens per 2 maanden bijeen en bespreekt en bewaakt de voortgang. Het Comité heeft een kleine kern van 3 personen die de eens per maand samenkomen, vergaderingen voorbereiden en besluiten uitvoeren.

In het Comité hebben diverse (potentiële) uitvoerders van programmaonderdelen zitting, waaronder de uitvoerders van het evaluatief onderzoek (PBL; UvA), de toekomstverkenning (Vereniging Deltametro-pool), de organisatie (Platform31) en secretariaatsfunctie (Bureau Westerlengte).

## Bestuur

Er is sprake van een programmabestuur dat primair een opdrachtgeversrol heeft in de drie sporen van evaluatief onderzoek, toekomstverkenning en organisatie. Het bestuur komt tenminste twee keer per jaar bijeen of zo vaak als nodig is in het kader van opdrachtverstrekking. Het bestuur is in september 2013 voor het eerst samen gekomen.

## Comité van Aanbeveling

Voor het Comité van Aanbeveling zijn (worden) mensen aangezocht die op basis van hun naam en faam het Jaar van de Ruimte naar buiten toe actief kunnen en willen ondersteunen. Zij hebben een directe betrokkenheid (gehad) bij de ruimtelijke ordening in de afgelopen 25 jaar, overzien het relevante veld goed en ondersteunen het initiatief. Zij bieden reflectie op de voortgang en treden gevraagd en ongevraagd op als ambassadeurs.



## Netwerken

Op dit moment bestaan twee netwerken: dat van de oud RPD-ers met betrokkenheid bij het VINEX-beleid en dat van de Jonge Vakgenoten. Beide netwerken zetten hun expertise in en zijn primair een klankbord en inspirator voor het Comité 2015. De formule van 'terugkijken om vooruit te kijken' krijgt onder meer vorm in de ontmoeting van beide netwerken. Het Netwerk van de Jonge Vakgenoten heeft de ambitie om actief een bijdrage te leveren aan het debat over doorontwikkeling van het vakgebied. Er is de behoefte om een politiek netwerk toe te voegen.





# Financiering

In een eerdere notitie van Peter Paul Witsen (november 2012) zijn de mogelijkheden voor financiering van het Jaar van de Ruimte geïnventariseerd. Er is een onderscheid gemaakt naar programmafinanciering en projectfinanciering. Het is goed om helder te maken wat tot het programma behoort – en onder programmafinanciering valt - en wanneer sprake is van projecten. Dat wordt hieronder uitgewerkt en voor zover relevant van bedragen voorzien.

## Programmafinanciering

- De activiteiten die plaatsvinden ter ondersteuning van het Comité 2015 en de Netwerken (Bureau Westerlengte; agenda en verslaglegging bijeenkomsten; voorbereidende notities; bijeenkomsten van de netwerken).
- De activiteiten die plaatsvinden in het kader van het onderzoekspoor (PBL; UvA), het toekomstspoor (Vereniging Deltametropool) en het organisatiespoor. Het gaat bijvoorbeeld om communicatie-activiteiten en het benaderen en verbinden van partijen.
- Out-of-pocketkosten, zoals de kosten voor het vervaardigen van communicatiemateriaal/middelen, locatie en catering van de netwerkbijsessies of het organiseren van een diner pensant voor (bijvoorbeeld) journalisten of politici.

## Projectfinanciering

- Tot de projectfinanciering kan de veelheid aan activiteiten worden gerekend die in de aanloop naar en tijdens het Jaar van de Ruimte georganiseerd worden, overwegend door organisaties die aangehaakt zijn. Het gaat bijvoorbeeld om bijeenkomsten, werksessies op locatie, debatten.

## Programmafinanciering

De middelen voor programmafinanciering komen in belangrijke mate van het Ministerie van I&M. Het is de moeite waard om te verkennen of ook andere departementen betrokken kunnen worden (BZK, EZ). Dat kan de vorm krijgen van opdrachten. Ook de benutting van de basisfinanciering die bijvoorbeeld het PBL en Platform31 ontvangen kan worden ingezet. Vanuit deze hoofdlijn is het verstandig om een basisbudget voor het programma te benoemen. Vooralnog is de inschatting dat tenminste € 100.000,- per jaar nodig is (ex basisfinanciering); dat is gewenst voor de benoemde activiteiten in de ondersteuning van Comité en Netwerken, het uitvoeren van de activiteiten in het organisatiespoor (verbinden, communiceren, programmeren) en voor noodzakelijke verkenningen.

## Projectfinanciering

Voor projectfinanciering wordt de bal primair gelegd bij de uitvoerder van het project of de activiteit.



Projectfinanciering komt overwegend van intermediaire organisaties en betreft de eigen programmering of activiteiten die onder de vlag van het Jaar van de Ruimte worden uitgevoerd. Dat is in lijn met het principe van aanhaken bij een bestaande kalender of activiteit. De uitvoerder kan de kosten terugverdienen uit entreegelden, sponsoring of subsidie verwerven, de eigen basismiddelen inzetten, crowdfunding organiseren of een opdrachtgever vinden. Wanneer het project of de activiteit plaatsvindt onder de vlag van het Jaar van de Ruimte kan een promotie-inspanning of promotiemateriaal) worden aangeboden.

Het is goed om als Comité 2015 contact te leggen met het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie over de plannen voor het Jaar van de Ruimte, omdat wellicht initiatieven voor projecten en activiteiten gesteund kunnen worden vanuit dit Fonds.

## Fonds 2015

De bereidheid tot algemene sponsoring in de vorm van een donatie aan het Fonds 2015 wordt onder meer uitgezocht in gesprekken die de komende tijd worden gevoerd. Voor het vullen van een Fonds 2015 kunnen individuele ondernemingen, organisaties, provincies of gemeenten benaderd worden. Het Fonds is primair bedoeld voor aanvullende programmafinanciering en voor de financiering van activiteiten die zonder een (kleine) bijdrage niet goed van de grond komen. Een voorbeeld betreft het financieren van een plan/project van het Netwerk van Jonge Vakgenoten, een congres van een studentenvereniging of initiatieven van/voor particulieren. De tegenprestatie voor sponsoren kan bestaan uit een sponsorpakket met naamsvermelding, gratis toegang, podium en dergelijke. Ten behoeve van de vulling van het Fonds 2015 zijn sponsorpakketten bedacht, met bijdragen die variëren van € 5.000 tot € 20.000,-. Zie bijlagen. Het Comité 2015 doet voorstellen voor de toekenning van middelen uit het Fonds 2015 aan het bestuur, dat uiteindelijk besluit over het inzetten van de middelen.



	<b>Financiering</b>	<b>Benodigd - ambitie</b>
Programma en ondersteuning	Sponsoring, donaties, opdrachten, basisfinanciering. Middelen van I&M, eventueel ook van andere departementen (BZK, EZ).	Totaal benodigd per jaar tenminste ca € 100.000,- (ex basisfinanciering)  Benodigd voor het organisatiespoor: ca € 25.000,- per jaar. Inzet van een senior medewerker gedurende 40 weken, gemiddeld 4 uren per week. Out of pocket: ca € 7.000 per jaar.  Streven naar tenminste € 200.000,- in het Fonds 2015.
Projecten en activiteiten	Overwegend door intermediaire organisaties die zelf de activiteiten organiseren.  Stimuleringsfonds Creatieve Industrie informeren tbv eventueel beroep van 'organisatoren' op beschikbare middelen.  Triggermoney; noodzakelijke financiële bijdragen voor het laten doorgaan van sympathieke plannen en projecten uit algemene sponsoring door individuele bedrijven en organisaties (formule van sponsorpakketten)	PM  Streven naar tenminste € 200.000 in het Fonds 2015



# Communicatie

De communicatie voor het Jaar van de Ruimte is uitgewerkt in een communicatieplan. Het wordt als een bijlage bij het businessplan gevoegd. In dit hoofdstuk wordt de essentie van dit plan als volgt samengevat (obv concept 12 mei 2013).

## Kernboodschap

Er is in Nederland een gesprek nodig over de manier waarop grote en kleine ruimtelijke opgaven in de toekomst vorm zullen krijgen. Wat zijn de opgaven en wie doet wat? Dit gesprek heeft zowel de kenmerken van een maatschappelijk debat als een vakdebat. Het gesprek is nodig omdat de context en de opvattingen over het vormgeven aan ruimte vanwege de crisis en de decentralisatie drastisch zijn veranderd.

Voor het grote publiek is de boodschap: Nederland is met zorg door mensenhanden gemaakt en ligt er indrukwekkend mooi bij. Maar de mechanismen en instituties die dit vroeger voor elkaar kregen zijn verdwenen, van gedaante verwisseld of van rol veranderd: hoe gaan nieuwe partijen in nieuwe coalities met nieuwe processen en met 'ander' geld dezelfde hoge ruimtelijke kwaliteit overeind houden?

Voor het vakpubliek is de boodschap dat de actuele vragen over beleid, strategie, procesgang, rollen, sturing en investeringen een nieuw antwoord nodig hebben.

## Motto

Gedurende het Jaar van de Ruimte wordt dit gesprek onder het motto 'Wie maakt Nederland' aangejaagd. Dit motto fungeert als pay-off voor het Jaar van de Ruimte en geeft weer dat de ruimtelijke ordening en ontwikkeling van Nederland een zaak van en voor iedereen is.

## Doelgroepen

De communicatiestrategie is in eerste instantie primair gericht op intermediaire doelgroepen; dit zijn de mededragers en medeorganisatoren van het Jaar van de Ruimte. Zij worden benaderd met de vraag of ze willen aanhaken bij het initiatief. De primaire doelgroep betreft het breed geïnteresseerde Nederlandse publiek met een accent op de ruimtelijke vakgenoten. Zij worden vooral in 2015 aangesproken. In onderstaande tabel worden de intermediaire en primaire doelgroep weergegeven:



Primaire doelgroep o.a.:	Intermediaire doelgroep o.a.:
<b>Ruimtelijk vakpubliek (beleidsmakers, adviseurs, ontwerpers, ontwikkelaars, makelaars)</b>	- Redacties / uitgevers (S+RO, TVV, BuildingBusiness, ROMagazine, BinnenlandsBestuur, Ruimtevolk, ElbaMedia, Trancity) - stichtingen op vlak van RO en ontwerp EoWijers, EFL, Hudig-stichting - instituties en organisaties op vlak van RO lenM, RWS, DLG, NS, Stimuleringsfonds voor de Architectuur, Arch-lokaal, Pakhuis de Zwijger), PBL, Platform31
<b>'de politiek': Ministers, gedeputeerden, wethouders, Kamerleden, PS, gemeenteraden</b>	- wetenschappelijke instituten politieke partijen
<b>Wetenschappers en onderzoekers</b>	Academische instituten en lectoraten van hogescholen; branchegerichte onderzoeksorganisaties zoals EIB, Verwey Jonker, Platform31.
<b>Overheidsdienaren (beleidsmakers, bestuurders)</b>	VNG, IPO, Rijk, G32, VVGriffiers
<b>Leden brancheverenigingen</b>	Besturen brancheverenigingen (VNO-NCW, BNSP, BNA, NVTL, NvM, Aedes, Neprom, NvB, VEH, NVM, VVGrondbedrijven, IVBN, NLIingenieurs, Recron, BouwendNederland, VBO Makelaars, VastgoedPro, Woonbond, ANWB, Rover, Fietsersbond, Fietsberaad, Roeg&Roem), Watertorenberaad
<b>Nederlands publiek</b>	Omroepen, kranten, opinie-tijdschriften, websites

## Communicatiestrategie:

### Fase 1. Bekendmaken en verbinden

In de eerste fase heeft de communicatie een uitnodigend en een enthousiasmerend karakter, waarbij zoveel mogelijk partijen worden benaderd en geactiveerd. De communicatie is in deze periode gericht op 1. Bekendmaking van het initiatief en 2. Bewerkstelligen van gezamenlijkheid (Zwaan-Kleef-Aan).

#### Concrete acties rond bekendmaking:

- ontwikkeling huisstijl / logo
- lancering website oktober
- persbericht oktober
- e-mailing naar beoogde stakeholders



#### **Concrete acties rond verbinden:**

- follow-up op de brief: vanuit comité en carrier Platform31 wordt er actief geworven onder beoogde deelnemers.
- rondetafelgesprek met (vak)pers
- exclusieve bijeenkomst voor -geïnteresseerde- journalisten en/of vertegenwoordigers uit de politiek

#### **Fase 2. Programmeren (vanaf najaar 2013)**

Via voorbereidend onderzoek wordt de programmering inhoudelijk gevoed en aangescherpt. Het PBL blikt terug op het VINEX beleidsconcept. De Vereniging Deltametropool benadert partijen voor een gesprek over de toekomst, Platform31 benadert partijen voor 'Vinex revisited', een excursiereeks naar vinexlocaties en een brainstorm,/vakdebat. De agenda en het programma voor het jaar 2015 komen in 2013 en 2014 geleidelijk tot stand.

Op initiatief van de Universiteit van Amsterdam zal een lezingen reeks plaatsvinden op verschillende universiteiten.

#### **Fase 3. Uitvoeren (2015)**

Uitvoering via vele activiteiten. Via bijeenkomsten, events en interactie wordt er rond deelvragen opgehaald, geanalyseerd, geconcludeerd en gepubliceerd.

#### **Fase 4. Oogsten (2015 en 2016)**

Gedurende 2015 wordt zoveel mogelijk verslag gedaan van de diverse activiteiten. De totale oogst van het jaar van de ruimte wordt in 2016 overzien, samengevat en gepubliceerd.





# Bijlagen

## Bijlage 1: aanzet voor een Agenda voor het Jaar van de Ruimte

Lange ontwikkelingslijnen in de ruimtelijke ordening 1990-2040

Verbindende thema's in het programma voor het Jaar van de Ruimte

Peter Paul Witsen en Hans Leeflang, 8 april 2013

Vier lange ontwikkelingslijnen verbinden Vinex (1990) met de huidige situatie (2015) en de opgaven die nu zijn gedefinieerd voor de toekomst (2040). Die ontwikkelingslijnen laten zich rond vier thema's formuleren:

stedelijke oriëntatie

koers op kwaliteit

internationalisering en concurrentiekracht

nieuwe arrangementen

Binnen deze ontwikkelingslijnen worden ook verschuivingen zichtbaar in de interpretatie van de kernwaarden in de ruimtelijke ordening: stedelijke concentratie, differentiatie, samenhang, hiërarchie en rechtvaardigheid<sup>1</sup>.

Stedelijke oriëntatie

'Stedelijke concentratie' is een van de kernwaarden in de Nederlandse planologische traditie. Het was een van de pijlers onder de Vinex<sup>2</sup>. Inmiddels is het verstedelijkings- en landschapsbeleid gedecentraliseerd naar provincies, maar ook zij kiezen zonder uitzondering voor vormen van stedelijke concentratie. De continuïteit in deze lijn neemt niet weg dat zich omslagen hebben voorgedaan in de verhouding tussen stad en land.

Vinex ging nog meer dan voorgaande nota's uit van een strikte morfologische scheiding tussen stedelijk en landelijk gebied. Dat maakte beide sterker: de stad vanwege het gebundelde draagvlak voor werk, openbaar vervoer en voorzieningen, het land door het te behoeden voor suburbanisatie. Functionele samenhang tussen stad en land was beperkt en concentreerde zich voornamelijk op de groene gebieden in of nabij de stadsgewesten (m.n. de bufferzones). De kernwaarde 'ruimtelijke samenhang' kreeg vorm

<sup>1</sup> Wil Zonneveld, *Verdwenen basisprincipes van de nationale ruimtelijke ordening*, Stedenbouw en Ruimtelijke Ordening 2012-4

<sup>2</sup> Met de parlementaire vaststelling van de 'Vinex' werd in 1993 ook het beleid van de Vierde Nota vastgesteld. Met 'Vinex' wordt hier op de Vierde Nota en de aanvulling in de Vinex bedoeld.



door de directe koppeling van het verstedelijkingsbeleid aan het mobiliteitsbeleid. De grote nieuwe woonwijken kregen een hoogwaardige ontsluiting per openbaar vervoer naar het centrum van de stad en bij locatiekeuzes voor kantoren en publieksvoorzieningen speelde de bereikbaarheid per openbaar vervoer een grote, zo niet doorslaggevende rol.

Sindsdien groeit de functionele samenhang, zowel tussen steden onderling als tussen stad en land. Steden organiseren zich in netwerken zoals de beide metropoolregio's Amsterdam en Rotterdam-Den Haag. De landelijke gebieden behoren tot deze netwerken en hebben er een eigen rol in, als identiteitsdrager en concurrentiefactor in stedelijke netwerken, als groen woonmilieu en als bescherming tegen wateroverlast. Recreatieve en ecologische structuren verbinden stad en land en de belangstelling voor agrarische streekproducten is gegroeid. Tegelijk krijgt de productielandbouw in sommige sectoren een industrieel aanzien, door intensievere teelten of om de innovatieve potenties waar te kunnen maken. Deze tendensen nuanceren de morfologische scheiding, die op zichzelf nog altijd hoog gewaardeerd wordt.

**Omslag Vinex:** prioriteit voor de stad, water structureert landelijk gebied

**Omslag nu:** in stedelijke regio's vormen landschap en stad één systeem

**Vinex:** verdichtingsprogramma  
Vinexwijken  
ABC-locatiebeleid  
bufferzones  
herstructurering landelijk gebied o.b.v. watersysteem  
restrictief beleid

**Actualiteit:** knooppuntlocaties in de stad, transit oriented development  
metropolitaan landschap  
waterberging  
stadslandbouw en stadsecologie  
hittestress, groen in de stad  
internationale agrarische positie

## Koers op kwaliteit

'Ruimtelijke differentiatie' als kernwaarde in de ruimtelijke ordening behelsde jarenlang niet veel meer dan een verschil tussen 'stedelijk' en 'landelijk'. Vinex voegde daar een kwaliteitsdimensie aan toe. Deze heeft steeds meer aan prioriteit gewonnen ten opzichte van de groeistrategieën. Ten eerste omdat er een groeiende behoefte ontstond aan een leefomgeving die de identiteit van dorp, stad of streek weerspiegelt, ten tweede omdat economische en demografische groeiperspectieven regionaal sterk



verschillen. Ruimtelijke differentiatie staat nu hoog genoteerd op de planologische agenda en was een van de motieven voor de verregaande decentralisatie door Rutte-I.

Vinex was de eerste nota die 'ruimtelijke kwaliteit' expliciet als beleidsambitie benoemde, ook al bepaalden economische en demografische groei de ontwikkelingsstrategie. Van meet af aan werd hier de drieslag belevingswaarde-gebruikswaarde-toekomstwaarde aan gekoppeld. Voor het eerst permitteerde de rijksoverheid zich beleidsuitspraken over de kwaliteit van de dagelijkse leefomgeving. Tegelijk waren er kwaliteitsambities verbonden aan de grote infrastructurele werken, een dubbele doelstelling die in de jaren daarna geregeld zou terugkeren, ook bij andere civieltechnische werken.

Inmiddels is het ruimtelijke kwaliteitsbeleid gedecentraliseerd en sterk verbonden geraakt met de cultuurhistorische identiteit. Rond het begin van de 21e eeuw was ruimtelijke kwaliteit in het spraakgebruik sterk verbonden met de ruimtelijke inrichting op lokaal niveau (als tegendeel van verrommeling). Nu echter de economische groei niet meer vanzelfsprekend is en sommige regio's met demografische krimp te maken hebben, krijgt het kwaliteitsdenken weer een andere lading. Het raakt meer verbonden met zelfontplooiing en identificatie, met de persoonlijke touch van ruimtelijke investeringen door particulieren en kleine ondernemers.

**Omslag Vinex:** introductie ruimtelijke kwaliteit

**Omslag nu:** afscheid van de groei als vanzelfsprekendheid

**Vinex:** voorbeeldprojecten dagelijkse leefomgeving  
dubbele doelstelling mainportontwikkeling  
Nederland Waterland

**Actualiteit:** landschappelijk en gebouwd erfgoed (behoud door ontwikkeling)  
inpassing grote werken (weg- en waterbouw)  
herbestemming en leegstand  
krimp  
kleinschalig initiatief

## **Internationalisering en concurrentiekracht**

Vóór de Vinex was de ruimtelijke ordening georiënteerd op het verdelen van de economische groei, verbonden aan 'ruimtelijke rechtvaardigheid' als kernwaarde. Inmiddels is het bevorderen van de internationale concurrentiepositie uitgegroeid tot een vaste waarde in de ruimtelijke ordening. Misschien zelfs tot een zelfstandige kernwaarde, want ook landschaps- en woningbouwbeleid telt nu mee in de concurrentiestrijd tussen regio's. De kernwaarde 'ruimtelijke hiërarchie' wordt per economische sector anders ingevuld.

De glorende Europese markt bepaalde het economische ontwikkelingsperspectief van de Vinex. Voor



het eerst kreeg de ruimtelijke ordening een internationale oriëntatie. De positie in het internationale krachtenveld bepaalde de ruimtelijk-economische prioriteiten. Nederland was Distributieland, Stedenland en Waterland; de mainports met achterlandverbindingen en de steden waren de ruimtelijke groeipolen. Het spreidingsbeleid verdween, het accent verschoof van het verdelen van de groei over de verschillende regio's naar het stimuleren van de groei op nationaal niveau.

Inmiddels is de economie kennisintensiever geworden, onder invloed van een verdere globalisering. Op rijksniveau zijn tien topsectoren onderscheiden waarin Nederland internationaal excelleert en die ook ruimtelijk zijn vertaald in valleys en andere clusters. Ook in traditionele sectoren (zoals logistiek en land- en tuinbouw) is de innovatiekracht een onderscheidende kwaliteit. Deze richt zich sterk op duurzaamheidsopgaven: deltattechnologie, wereldvoedselvoorziening, 'green cities' – innovaties met een ruimtelijke dimensie. In de stedelijke economie heeft de zakelijke dienstverlening gezelschap gekregen van de creatieve bedrijvigheid. Vestigingsfactoren zijn beïnvloed door de nadruk op innovatie en kennis: niet meer puur-economisch, maar ook georiënteerd op cultuuraanbod en woningmarkt.

Omslag Vinex: introductie economische concurrentiekracht als planologische ambitie

Omslag nu: verbinding innovatiekracht en duurzame ontwikkeling

**Vinex:** mainports  
sleutelprojecten, zakelijke dienstverlening  
stedelijke knooppunten  
regio's op eigen kracht

**Actualiteit:** kenniseconomie, creatieve economie  
gemengde stedelijke milieus  
energieopgave  
wateropgave  
topsectoren

## Nieuwe arrangementen

Tot aan de Vinex was de rijksoverheid zelf aan zet voor de uitvoering van het nationale ruimtelijke beleid, bijvoorbeeld in de groeikernen en de ruilverkavelingen. Provincies en gemeenten werkten het rijksbeleid voor het eigen grondgebied uit. Met de toenemende complexiteit van het ruimtelijke beleid veranderde ook de organisatie van de uitvoering. Dat gebeurt nu opnieuw, nu de financieringscrisis de inbreng van marktpartijen heeft teruggedrongen en ook het investeringsvermogen van de overheid is teruggelopen.

De Vinex introduceerde nieuwe vormen van uitvoering. Een mix van wetgeving, investeringen en com-



municatie moest de gewenste ontwikkeling op gang brengen. Niet voor niets werd de nota gelanceerd met een publiekscampagne, voor die tijd iets nieuws. Decentrale overheden en marktpartijen werden benaderd als samenwerkingspartners. In gebiedsgerichte 'diagonale' planvorming werkten centrale en decentrale overheid en verschillende ministeries samen aan de regionale uitwerking van het beleid. Voor het verstedelijkingsprogramma dwong het rijk, waar nodig, regionale samenwerking af, door afspraken over programma's en subsidies alleen te maken met provincies en stadsregio's. De uitvoering van die verstedelijking, zowel de uitbreiding als de stedelijke vernieuwing, gebeurde in publiek-private samenwerking, met projectontwikkelaars en corporaties als risicodragende bouwers. In het landelijk gebied werden afspraken gemaakt met provincies en natuurorganisaties over de ontwikkeling en het beheer van de ecologische hoofdstructuur.

Samenwerking tussen bestuursniveaus, elk vanuit de eigen verantwoordelijkheden, is bij complexe ruimtelijke opgaven gemeengoed gebleven. Deze heeft een vaste plek in de planningpraktijk gekregen via het Meerjarenprogramma Infrastructuur, Ruimte en Transport (het MIRT) en de onderliggende gebiedsagenda's, die nationale projecten en regionale opgaven verbinden. Het eigenaarschap in gebiedsontwikkelingen schuift, onder invloed van de financieringscrisis, door naar particulieren en kleine investeerders. Mensen nemen steeds minder genoegen met de institutionele landschaps- en stedenbouw waarbij zij vooral als consument werden benaderd. Zij eisen actieve invloed op hun eigen omgeving, door zelf initiatieven te ontplooiën, zich de ruimte eigen te maken en op te treden als particuliere opdrachtgever bij een bouwproject. Gebruikers komen centraal te staan bij ruimtelijke investeringen, meer dan de ontwikkelaars of de consequenties voor de omgeving. Voor de ruimtelijke ordening met haar sterke traditie van planning, betekent dat een omslag van formaat.

Omslag Vinex: publiek-private samenwerking

Omslag nu: kleinschalig opdrachtgeverschap, investeren voor eigen gebruik

**Vinex:** Vinex-convenanten  
diagonale planvorming (Nadere Uitwerkingen, ROM-gebieden)  
integrale gebiedsontwikkeling

**Actualiteit:** MIRT en gebiedsagenda's  
gebiedsexploitatie  
'startbeeldplanning', organische groei  
cocreatie



## bijlage 2: te benaderen partijen – ‘aanhakers’

### **gesprekspartners voorverkenning toekomstspoor – Vereniging Deltametropool**

Universiteit Utrecht, L. Boelens  
TU Delft, G. Van Wee  
Universiteit van Amsterdam, P. Tordoir  
Erasmus Universiteit, G. Teisman  
Ministerie I&M, W. Kuijken  
Ministerie I&M, S. Riedstra  
Provincie Brabant, A. Bosman, Y. de Boer  
Provincie Utrecht, B. Krol  
Provincie Gelderland, J. Meijers  
Provincie Zuid Holland, Veldhuijzen  
Provincie Flevoland, B. Gijsberts en L. Verbeek  
Gemeente Eindhoven, M. Fiers  
Gemeente Enschede, J. Hateboer  
Gemeente Utrecht, G. Isabella  
Gemeente Amsterdam, E. Van der Kooij  
Gemeente Amsterdam, M. Van Poelgeest  
Gemeente Amsterdam, C. Apeldoorn en Z. Hemel  
Gemeente Rotterdam, H. Karakus  
TNO, Marianne Linde  
EIB, T. van Hoek  
ABF Cultuur, J. Brouwer  
ABF Nederland, L. Groenemeijer  
Planbureau voor de Leefomgeving, P. Van Egmond  
Verwey Jonker Stichting, H. Boutellier  
HNS Land, D. Sijmons  
Floraholland, T. Huges  
Fietsersbond, H. van Steenhoven

### **gesprekspartners – interviews Platform31**

Neprom, J Fokkema  
IVBN, F. Van Blokland





BNA, F. Schoorl

BNSP, L. Kwee

Architectuur Lokaal, I. Van het Klooster

VNG, R. de Boer en E. Babbé

IPO, T. Heeren

Vereniging van Grondbedrijven, A. Visser

VNO NCW, J. Rijkhoff

Staatsbosbeheer, S. Thijsen

Recron, J. Thonissen

Natuur & Milieu

NS

Stimuleringsfonds Creatieve Industrie

Isocarp

betrokkenen vakdebat – Platform31 PM



## bijlage 3: te benaderen tbv algemene sponsoring - spon- sorpakketten

Bouwfonds

BAM

VSOM

Heijmans

Era Contour

Synchroon

Amvest

CORIO

Vesteda

BPF Bouwinvest

De Alliantie

Ymere

Woonbron

Stadgenoot

Amsterdam

Rotterdam

Den Haag

Utrecht

Eindhoven

Almere

NS/Prorail

Siemens

Gelderland

Brabant

Zuid Holland

Utrecht

DHV Haskoning

Arcadis

ECORYS

Stichtse Rijnlanden

Rivierenland

Groot Salland



## Voorstel sponsorpakketten

### **Sponsorpakket A (hoofdsponsor): € 20.000,- excl. BTW**

- Prominente vermelding als hoofdsponsor (naam en logo op JvdR uitingen als website, folders, etc. )
- Interview in speciale nieuwsbrief over Jaar van de Ruimte
- Organisatieprofiel, logo + link op de website Jaar van de Ruimte
- Mogelijkheid om in 2014 en 2015 1x per maand 'branded content' (inhoudelijk relevante content met een duidelijke afzender) aan te leveren voor de nieuws-rubriek op de website.
- Mogelijkheid om Jaar van de Ruimte-logo te gebruiken bij (aankondiging van) eigen activiteiten in 2015
- Exposuremogelijkheid tijdens gezamenlijke manifestatie(s) vanuit de programma-lijn georganiseerd.

### **Sponsorpakket B (sponsor): € 5.000,- / 10.000,- excl. BTW**

(kleine organisaties < 50 werknemers betalen 5.000,- , grote organisaties >50 werknemers betalen 10.000,-))

Idem, maar dan vermelding als sponsor in plaats van hoofdsponsor, formaat ca 50% van formaat hoofdsponsor.

### **Mediapartner**

Bereidheid om minimaal 1 full colour pagina (of gelijkwaardige online exposure) beschikbaar te stellen aan programma van het Jaar van de Ruimte. In ruil mag een partij zich mediapartner van het Jaar van de Ruimte noemen.

