



ALTERRA

WAGENINGEN UR



Naar buiten! To the Great Outdoors

Groen- en recreatiewensen van internationale kenniswerkers in Nederland

Alterra-rapport 1940
ISSN 1566-7197

P.M. Veer en J. Luttik



ALTERRA

WAGENINGEN UR



Ministerie van Volkshuisvesting,
Ruimtelijke Ordening en
Milieubeheer

Naar buiten! To the Great Outdoors

Studie in opdracht van de ministeries van LNV en VROM in Den Haag met nummer KB-01-013-001-ALT in het kader van het Wageningen UR (University and Research centre) Kennisbasis KB1 programma, 'Duurzame ontwikkeling van de groene en blauwe ruimte in een veranderende wereld'.

Naar buiten! To the Great Outdoors

Groen- en recreatiewensen van internationale kenniswerkers in Nederland

P.M. Veer en J. Luttik

Alterra-rapport 1940

Alterra Wageningen UR
Wageningen, 2010



Ministerie van Volkshuisvesting,
Ruimtelijke Ordening en
Milieubeheer

Referaat

Veer, P.M en J. Luttik,, 2010. *Naar buiten! To the Great Outdoors; Groen- en recreatiewensen van internationale kenniswerkers in Nederland*. Wageningen, Alterra, Alterra-rapport 1940. 114 blz.; 1 fig.; 21 tab.; 39 ref.

Deze studie verkent de relaties tussen het vestigingsklimaat voor internationale kennisintensieve bedrijven en groen/blauwe landschapsservices. De beschikbaarheid en kwaliteit van werknemers is de dominante factor bij de locatiekeuze van de genoemde bedrijven. Dit maakt de Quality of Living (QoL) in stad of regio indirect tot een belangrijke vestigingsfactor. Welke plaats nemen stedelijk groen en recreatiemogelijkheden in binnen de QoL-factoren?

De kern van deze studie bestaat uit een enquête gehouden onder 229 internationale kenniswerkers in Nederland verdeeld over drie gebieden. De resultaten geven aan dat QoL een belangrijke factor is bij het kiezen van de woonlocatie. De respondenten vinden het belangrijk dat er groene voorzieningen zijn in hun directe woonomgeving.

Wandelen, en fietsen zijn de meest populaire recreatieve bezigheden in de openlucht. Voor deze activiteiten zijn geen speciale voorzieningen nodig. Wel hoogwaardige groene netwerken in de stad met verbindingen naar buiten. Hardlopen, joggen, balsporten en zwemmen worden vaak genoemd. Golf en 'extreme duursporten' komen weinig voor. De respondenten missen in Nederland stadsparken, natuur, bergen, heuvels, rust, ruimte en wildernis.

Trefwoorden: Internationale kenniswerkers, enquête, quality of living, groen- en recreatiewensen.

ISSN 1566-7197

Dit rapport is gratis te downloaden van www.alterra.wur.nl (ga naar 'Alterra-rapporten'). Alterra Wageningen UR verstrekt geen gedrukte exemplaren van rapporten. Gedrukte exemplaren zijn verkrijgbaar via een externe leverancier. Kijk hiervoor op www.boomblad.nl/rapportenservice.

© 2010 Alterra Wageningen UR, Postbus 47; 6700 AA Wageningen; Nederland
Telefoon 0317 48 07 00; fax 0317 41 90 00; e-mail info.alterra@wur.nl

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke andere wijze ook zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Alterra Wageningen UR.

Alterra aanvaardt geen aansprakelijkheid voor eventuele schade voortvloeiend uit het gebruik van de resultaten van dit onderzoek of de toepassing van de adviezen.

Alterra-rapport 1940

Wageningen, februari 2010

Inhoud

Woord vooraf	7
Samenvatting	9
1 Inleiding	15
1.1 Doel van het onderzoek	15
1.2 Onderzoekspopulatie	16
1.3 Case study gebieden	16
1.4 Onderzoeksopzet en leeswijzer	16
2 Literatuuronderzoek	19
2.1 De kenniseconomie	19
2.2 Locatiekeuzes door kennisondernemingen	20
2.2.1 Het proces van locatiekeuze	20
2.2.2 Locatiekeuzefactoren van kennisondernemingen	21
2.2.3 Ondernemersklimaat	22
2.2.4 Het ondernemersklimaat in Nederland	22
2.2.5 Bedrijfslocaties	24
2.2.6 Conclusies uit dit deel van het literatuuronderzoek	25
2.3 Expats, internationale kenniswerkers	25
2.3.1 Quality of Living	26
2.3.2 Lifestyle van expats, de relatie tussen werken en wonen	27
2.3.3 Lifestyle van expats, woonlocatievoorkeuren	27
2.3.4 Lifestyle van expats, openluchtrecreatie en stedelijk groen	28
2.3.5 Conclusies uit dit deel van het literatuuronderzoek	28
2.4 Mondiale kenniseconomie en regionale ruimtelijke ontwikkeling	29
2.4.1 Investeren in het onderscheidend vermogen	29
2.4.2 Investeren in QoL en creativiteit	29
2.4.3 Conclusies uit dit deel van het literatuuronderzoek	30
3 Theoretisch kader over de relatie tussen vestigingsvoorkeuren van kenniswerkers en groen	31
3.1 De opkomst van de creatieve klasse	31
3.2 De cultuur, normen en levensstijl van de creatieve klasse	32
3.3 De habitat van de creatieve kenniswerker	33
3.4 Creatieve openluchtrecreatie en stedelijk groen	34
3.5 Conclusies uit dit deel van het onderzoek	34
4 Analyse van inzichten en beleid	35
4.1 Europees	35
4.2 Nationaal Nederlands buitenlands economisch beleid	35
4.3 Nationaal ruimtelijk beleid: Nota Ruimte	35
4.4 Nationaal economisch binnenlands beleid: Pieken in de Delta	36
4.5 Structuurvisie Randstad 2040	36
4.6 Case study gebieden	37

4.6.1	Metropoolregio Amsterdam	37
4.6.2	Haaglanden	38
4.6.3	Stadsregio Eindhoven	39
4.7	Conclusies over inzichten en beleid toegespitst op de drie regio's	40
5	Onderzoek naar gebruik, beleving en waardering van de stedelijke groene ruimte en de openluchtrecreatiemogelijkheden door expats	41
5.1	De opzet van de enquête	41
5.2	De uitvoering	42
5.3	Resultaten algemeen	42
5.3.1	De respondenten	42
5.3.2	Quality of Living	44
5.3.3	Hoe belangrijk is groen	45
5.3.4	Schaalniveau	47
5.3.5	Conclusies over de enquête-uitkomsten, algemeen	48
5.4	Favoriete groene gebieden	49
5.4.1	Favoriete natuurgebieden	49
5.4.2	Favoriete landschappen (countryside)	50
5.4.3	Favoriete stadsparken	52
5.4.4	Conclusies over de enquête-uitkomsten, favoriete groene gebieden	53
5.5	Openluchtrecreatie	54
5.5.1	Drie favoriete activiteiten	54
5.5.2	Mist u recreatiefaciliteiten in Nederland, en zo ja welke?	55
5.5.3	QoL-factoren op de werkplek	56
5.5.4	Conclusies over de enquête-uitkomsten, Openluchtrecreatie	57
5.6	De drie regio's nader bekeken	58
5.6.1	Metropoolregio Amsterdam	59
5.6.2	Haaglanden	59
5.6.3	Stadsregio Eindhoven	60
5.6.4	Conclusies over de enquête-uitkomsten, De drie regio's	60
6	Ontwerpateliers over de gewenste opzet en kwaliteit van de groene ruimte	61
6.1	Metropoolregio Amsterdam	61
6.2	Haaglanden	62
6.3	Overeenkomsten, verschillen en conclusies ontwerpateliers	63
7	Conclusies en aanbevelingen	65
	Literatuur	67
	Bijlage 1 Vragenlijst enquête	71
	Bijlage 2 Tabellen waardering omgevingsfactoren	83
	Bijlage 3 Landschapstypen in Nederland	87
	Bijlage 4 Report Design workshop 'Expats & Urban Green' Stroom, The Hague, September 29th. 2008	95
	Bijlage 5 Verslag ontwerpatelier	101

Woord vooraf

Dit onderzoek gaat over de wereldwijde economie en de groene ruimte op locale en regionale schaal. Het geeft inzicht in welke factoren een rol spelen in de relaties tussen het vestigingsklimaat voor internationale kennisintensieve bedrijven en instellingen en de kwaliteit en kwantiteit van het openbaar stedelijk groen. Het vertelt over de betekenis van de recreatieve mogelijkheden van stad en land in de globaliserende samenleving. Het laat het verband zien tussen het investeren in de groenblauwe ruimte en het aantrekken en vasthouden van directe buitenlandse investeringen (DBI) van ondernemingen in de kennissector.

'The Really Great Outdoors' was het thema van het juninummer 2009 van de internationaal populaire Engelstalige stadsagenda 'TimeOut Amsterdam'. Drie stadswandelingen, vier stadsstranden, tien terrassen en een overzicht van de theater- en muziekfestivals in de buitenlucht zoals Oeral, De Parade, Over het IJ en Lovedance. En als het regent geeft 'TimeOut' de suggestie om naar de Klimhal Amsterdam of de skihal van Snow Planet te gaan. Kan Nederland zich met dit soort attracties onderscheiden in de competitieve wereld van de internationale bedrijven en instellingen? Zijn dit echt voor de kenniswerker de aantrekkelijke recreatievoorzieningen?

Terwijl we aan dit project werkten brak de kredietcrisis uit. De gevolgen daarvan worden nu, tweede helft 2009, zichtbaar in het dagelijks leven. De crisis raakt zo goed als iedereen die op de één of andere wijze verbonden is met het mondiale bancaire systeem. In noordwest Europa is dat bijna iedereen. Grote internationale banken scheren langs de rand van de afgrond, nationale overheden en internationale monetaire organisaties besteden miljarden aan het ondersteunen van de economie. Bedrijven, organisaties en ook burgers kunnen, in vergelijking met twee jaar geleden, slechts moeizaam aan krediet komen om investeringen te doen, nieuwe projecten op te zetten en huizen, auto's of luxegoederen te kopen. De bedrijfsresultaten in alle sectoren staan onder druk. De arbeid-, huizen- en vakantiemarkten krimpen of groeien niet of nauwelijks. De Directe Buitenlandse Investeringsstroom zijn in 2008 en de eerste helft van 2009 zeer sterk gedaald ten opzichte van 2007. Dit is precies de investeringsstroom waar deze studie over gaat: de vestigingen van buitenlandse bedrijven in Nederland.

In dit onderzoek richten we ons op medewerkers van internationale kennisintensieve bedrijven en instellingen. Daar horen naast de banksector ook de organisaties bij voor het fundamenteel onderzoek, de toegepaste research en development (R&D), de internet en computertechnologie (ICT), logistiek en distributie, zakelijke dienstverlening, informatie- en vermaak (information en entertainment) en de reis en verblijf (travel en hospitality services). De mensen die in deze sectoren werken, door Richard Florida de creatieve klasse genoemd, vormen de belangrijkste motor van de regionale economieën in de westerse wereld. Zij verlangen, en dragen in zekere zin ook bij aan een hoog niveau van de kwaliteit van de leefomgeving (Quality of Living of QoL). En dit zal, zolang de wereldwijde stroom van goederen, informatie en geld niet volledig stopt, zo blijven. Juist door de kredietcrisis is de concurrentie tussen regio's om bedrijven en organisaties in de kenniseconomie binnen de grenzen te krijgen en te houden alleen maar in belang gestegen.

Dit onderzoek geeft kwantitatief en kwalitatief inzicht in de wensen van expats op het gebied van openlucht recreatie en stedelijk groen. En geeft daarmee inzicht in de relatie tussen de groenblauwe landschapsfuncties en het internationaal vestigingsklimaat. Dit inzicht biedt bouwstenen voor het ontwikkelen van ruimtelijk beleid.

Wageningen, oktober 2009

Peter Veer en Joke Luttik

Samenvatting

Achtergrond

Het vestigen van een onderdeel van een internationaal bedrijf zorgt voor groei van de economie en welvaart van het land, een regio of stad. Landen en regio's concurreren daarom met elkaar voor het aantrekken van DBI (directe buitenlandse investeringen) en daarmee voor het versterken van hun welvaart. In 2008 ging dat in Nederland om 667 miljoen euro en leverde 3.299 directe banen op. Vooral kennisintensieve bedrijven kunnen de economie aanzwengelen. De veronderstelling is dat kennisintensieve bedrijven bij hun locatiekeuze rekening houden met de beschikbaarheid van voldoende gekwalificeerde werknemers. Deze werknemers, ook wel talenten, kenniswerkers of leden van de creatieve klasse genoemd, stellen hoge eisen aan de kwaliteit van hun woonomgeving. Omdat kennisintensieve bedrijven deze medewerkers zo hard nodig hebben, zouden ze zich bij hun locatiekeuze laten leiden door de woonvoorkeuren van deze groep medewerkers. Daarmee is een verbinding, een link, gelegd tussen het vestigingsklimaat van internationale bedrijven en de kwaliteit van de woonomgeving. Door investeringen in de kwaliteit van de woonomgeving zou dus het vestigingsklimaat kunnen verbeteren. Maar er is nog weinig bekend over de woonvoorkeuren van deze groep werknemers. Deze studie gaat in op de plek die de groene ruimte inneemt in hun vestigingsvoorkeuren, en de wensen van deze groep voor de groene ruimte en de recreatieve mogelijkheden daarvan.

Doel

De concurrentiepositie van Nederland en de Randstad staat onder druk. Het vasthouden en aantrekken van internationale kennisnetwerkers is een absolute noodzaak om Nederland - en de Randstad in het bijzonder - een duurzame economische topregio te laten zijn. Daarom is er binnen de wereld van het ruimtelijk beleid behoefte aan inzicht in de relatie tussen het vestigingsklimaat voor internationale kennisintensieve bedrijven en kwaliteit en kwantiteit van de groene ruimte en de recreatieve mogelijkheden ervan. Het doel van deze studie is om het inzicht in deze relatie te vergroten. Dit doen we door de voorkeuren voor de groene ruimte in de woonomgeving in kaart te brengen voor een bepaalde groep kenniswerkers: expats die in Nederland werken. De vraag is vervolgens hoe deze wensen zijn te vertalen in uitgangspunten voor de inrichting van de groene ruimte. Oftewel: Is het zinvol, en zo ja op welke wijze, om te investeren in de kwaliteit van de groene ruimte om internationale kennisintensieve bedrijven aan te trekken?

Aanpak

Het onderzoek startte met een verkenning en een literatuurstudie. Daarna volgde de kern van deze studie, een enquête onder internationale kenniswerkers in drie gebieden: De Metropoolregio Amsterdam, Haaglanden en Brainport Eindhoven. De enquête brengt de voorkeuren van expats in kaart; op basis van de enquête is het ook mogelijk om kwantitatieve uitspraken te doen over deze voorkeuren. In een tweetal ontwerpworkshops in Amsterdam en Den Haag kwamen kwalitatieve aspecten aan bod en werden de uitkomsten uit de enquête vertaald in ruimtelijke voorstellen. Aan het slot van deze studie trekken we conclusies en doen we aanbevelingen voor het verbeteren van het ruimtelijk beleid en voor verder wetenschappelijk onderzoek.

Resultaten

De literatuurstudie

De literatuurstudie naar locatiekeuze door kennisintensieve bedrijven en woon- en leefomgevingsvoorkeuren van kenniswerkers heeft de volgende inzichten opgeleverd:

1. Bij de locatiekeuze van kennisintensieve bedrijven spelen de beschikbaarheid en kwaliteit van werknemers sterk mee: er moeten voldoende kenniswerkers aanwezig zijn. Daarmee zijn de woon- en

- leefomgevingsvoorkeuren van kenniswerkers een indirecte, maar steeds belangrijkere factor in de vestigingsvoorwaarden voor deze bedrijven;
2. Landschap en stedelijk groen komen in onderzoeken niet expliciet naar voren als vestigingsfactoren voor kennisintensieve bedrijven, maar maken deel uit van de Quality of Living (QoL);
 3. QoL bestaat uit vele, in de verschillende studies wisselende, factoren. QoL is weer wel een vestigingsfactor van belang voor kennisintensieve bedrijven;
 4. Het wordt uit de literatuur niet duidelijk welke plaats wensen van kenniswerkers voor stedelijk groen en recreatiemogelijkheden innemen binnen QoL-factoren.

Het is bij het bestuderen van locatiekeuzes van bedrijven zinvol om onderscheid te maken naar schaalniveau. Op mondiaal niveau concurreren continenten, landen en vooral regio's met elkaar voor het aantrekken van bedrijven. Een bedrijf begint te zoeken vanuit een mondiaal perspectief, en kiest uiteindelijk een bedrijfslocatie; een plek op een bedrijventerrein, in de stad of in het landschap dat bestaat uit een gebouw of een paar gebouwen en eventueel wat ruimte erom heen. Op elk schaalniveau spelen andere vestigingsfactoren en afwegingen.

Florida's Creative Capital Theory als theoretisch kader

Voor het opstellen van het theoretisch kader hebben we ons laten inspireren door de Creative Capital Theory van Richard Florida. Deze theorie stelt dat regio's waarin veel mensen werken in creatieve beroepen economisch succesvoller zijn dan regio's waarin andere sectoren domineren. Om als regio succesvol te zijn is het van belang om talent aan te trekken en vast te houden. Creatieve uitblinkers verhuizen heel makkelijk als op een of andere manier de woonplek kwalitatief minder leefbaar wordt ervaren en al helemaal als een stad saai wordt. Florida onderscheidt drie samenhangende dimensies die samen de kwaliteitskenmerken van een plek uitmaken:

- Wat is er fysiek aanwezig aan de combinatie van gebouwen, openbare ruimte en groen oftewel wat biedt de plek voor de bezigheden in het creatieve leven;
- Wie zijn er qua diverse soorten mensen die met elkaar in contact staan en anderen uitnodigen om zich bij de gemeenschap aan te sluiten;
- Wat gebeurt er aan tintelend straatleven, cafécultuur, kunst, muziek en buitenactiviteiten.

Florida gaat met de Creative Capital Theory slechts zijdelings in op de betekenis van stedelijk groen en openluchtrecreatiemogelijkheden als bepalende factoren voor de kwaliteit van de ruimte. Met deze studie pogen we deze leemte te vullen door uit te werken welk soort groen hierbij past; dit om aanknopingspunten te bieden voor beleid voor landschap en stedelijk groen van regio's.

Het beleid

De Lissabonstrategie uit 2000 heeft als doel om van de Europese Unie (EU) de sterkste economie van de wereld te maken. De EU zet daarvoor sterk in op de kenniseconomie. De nota 'Pieken in de delta' (ministerie van Economische Zaken, 2004) werkt de Lissabonstrategie uit voor Nederland. Om het Nederlandse vestigingsklimaat te verbeteren moet gewerkt worden aan de bereikbaarheid over de weg, en aan hoogwaardige woon- en werkmilieus. Het kabinet kiest voor een gebiedsgericht innovatiebeleid in zes regio's, drie daarvan overlappen met studiegebieden in ons onderzoek: de Noord- en Zuidvleugel van de Randstad waarin de regio's Amsterdam en Haaglanden liggen en Brainport Eindhoven in Zuidoost Nederland. De 'Structuurvisie Randstad 2040', uitgekomen in 2008, combineert de drie pijlers van duurzame ontwikkeling 'Planet, Profit, People' met de Creative Class Theory van Florida. De uitkomsten van de enquête uit deze studie kunnen helpen om de beleidsstrategieën verder uit te werken.

De drie studiegebieden

De regio Amsterdam heeft Luchthaven Schiphol, de Zuidas en Amsterdam Zuid-Oost als belangrijke vestigingslocaties voor bedrijven. Amsterdam is vooral sterk gericht op internationale zakelijke dienstverlening,

creatieve industrie en logistiek. Amsterdam is binnen Nederland de stad die zich het meest kan beroepen op een kosmopolitische cultuur. Files zijn een groot knelpunt. Bedrijventerreinen bieden niet de kwaliteit waar internationale bedrijven naar op zoek zijn. De nabijheid van het groen (Groene Hart) is in potentie een sterk punt voor het woon- en werkklimaat, maar wordt niet goed uitgebuit.

De stad Den Haag profileert zich met de slogan 'Capital of Law and Justice'. De regio Haaglanden wil aantrekkelijker worden voor internationale organisaties. De regio wil onder andere investeren in de Internationale Zone en in het bijzonder het World Forum in Den Haag. Dit zou tot het hart van de World Legal Capital moeten worden. Ook het versterken, verbinden en ontsluiten van groene landschappen maakt deel uit van de plannen. Den Haag omschrijft zich als 'de groenste stad' van Europa: éénderde van het totaaloppervlak van de gemeente is groen, met meer dan 400 hectare bos. Bovendien ligt de stad aan zee met de boulevard van Scheveningen, het strand en de duinen.

Hoogwaardige technologische industrie is de kracht van de regio Eindhoven, ook wel Brainport Eindhoven genoemd. Plannen om het vestigingsklimaat te versterken mikken op de ontwikkeling van woon- en werkmilieus van hoge kwaliteit, en de aansluiting daarvan bij het Nationale Landschap 'Het Groene Woud'. Brainport maakt het gemoedelijke imago van het Brabantse dorpsleven tot één van speerpunten in de promotie van de regio.

De enquête onder expats

De enquêtes werden in de bovenstaande drie gebieden uitgezet. 229 respondenten vulden de enquête in. De vragen gaan over de omgevingsvoorkeuren op verschillende schaalniveaus: van mondiaal tot woonbuurt en werkplek. De uitkomsten van de enquête laten zien hoe belangrijk de expats 'stedelijk groen' en 'openluchtrecreatiemogelijkheden' vinden binnen het verzamelbegrip QoL. Uit de antwoorden blijkt dat expats de locale Quality of Living heel belangrijk vinden bij hun beslissing een baan te accepteren. Voor de regio Amsterdam geldt dat expats er neerstrijken omdat ze er graag willen wonen. In de andere twee regio's geeft eerder de nieuwe baan de doorslag. Natuur en milieu en het sociaal culturele leven zijn de belangrijkste domeinen van Quality of Living van de respondenten.

Stedelijk groen komt vooral naar boven als geliefd onderdeel van de woonsituatie, sterker dan als voorziening in de openluchtrecreatieve omgeving of als Quality of Living in het algemeen. Als de expats kunnen kiezen voor een bepaald uitzicht vanuit hun woning, kiezen de meeste voor uitzicht op groen. De respondenten werd ook gevraagd aan te geven hoe belangrijk zij verschillende omgevingskenmerken vinden. Daarop scoorde veiligheid het hoogst. Daarna komen in volgorde van belangrijkheid: stadsparken, groen in de straat, een rustige woonomgeving en dan natuurgebieden of agrarisch gebied. Groene plekken in het algemeen zijn voor 89% belangrijk tot zeer belangrijk, voor het agrarisch gebied geldt dat nog voor 65%. Groen noteert dus ook heel goed; vooral groene plekken in het algemeen en buurtparken.

We vroegen de respondenten ook naar hun 'favorieten'. Bij de Nederlandse natuurgebieden blijkt 'bos en heide' het meest populair, gevolgd door 'strand en duinen'. Als favoriet natuurgebied springt de Hoge Veluwe eruit; met 22% van de antwoorden even vaak genoemd als alle andere bos- en heidegebieden bij elkaar. Alle strand- en dungebieden bij elkaar kregen 29% van de antwoorden. Wereldwijd zijn Amerikaanse natuurgebieden favoriet – Yellow Stone, Yosemite and Grand Canyon staan bovenaan.

Het favoriete landelijk gebied in Nederland behoort opmerkelijk vaak tot het landschapstype 'droogmakerij of laagveengebied' (36% van de antwoorden). Dit stemt overeen met de voorkeur voor grootschaligheid in het landschap, waar we ook naar vroegen. Gevraagd aan te geven waar de voorkeur naar uit gaat op een vijfpuntenschaal voor grootschalig - kleinschaligheid van het landschap, slaat de balans duidelijk door naar grootschalig. Hierin verschilt de voorkeur in deze groep met de uitkomsten van onderzoeken waarin de wensen van de gemiddelde Nederlander is onderzocht; daaruit blijkt juist een voorkeur voor kleinschalige

landschappen. Wereldwijd liggen de meest populaire agrarische landschappen in het Verenigd Koninkrijk. De meest populaire streek is Toscane in Italië.

Het Vondelpark is met afstand het meest populaire park in Nederland. Zelfs wereldwijd kan het Vondelpark de concurrentie goed aan, met een tweede plaats achter Central Park in New York.

Populair bij openlucht recreatie zijn fietsen en wandelen en andere sporten. Dit beeld komt overeen met de uitkomsten van het recreatiegedrag van de Nederlander in het algemeen. 25% noemt wandelen als meest populaire activiteit, voor 17% is dat fietsen en voor 42% een andere (buiten)sport, zoals voetballen (16%) of joggen (9%). Voetbal en andere balsporten en zwemmen worden vaak genoemd; golf met vier vermeldingen weinig. 'Extreme en duursporten' komen met zes vermeldingen niet veel voor. Op de vraag "mist u bepaalde faciliteiten" antwoordde 28% ja. Het zijn dan vooral de sportfaciliteiten die gemist worden. Ook natuur wordt wel gemist, vooral bergen en heuvels, en dan vooral bij respondenten uit Amsterdam en Eindhoven.

De ontwerpateliers

Om te komen tot een kwalitatieve vertaling van de enquête-uitkomsten in integrale toekomstbeelden organiseerden we twee zoeklicht- en ontwerpateliers. De ateliers vonden plaats in Amsterdam en Den Haag.

Atelier in Metropoolregio Amsterdam

Werkgroep 1 zoomde in op het aanbod, de toegankelijkheid en de marketing ervan in de regio Amsterdam. De kracht van het aanbod zit vooral in de diversiteit. Die zou je moeten handhaven en verder uitwerken. Elk schaalniveau kent eigen hoogtepunten. Die zou je met elkaar kunnen verbinden, zodat er thematische 'assen' ontstaan, bijvoorbeeld de as Amsterdam aan Zee, die loopt van het IJmeerstrand naar het Noordzeestrand. De assen kun je gebruiken om de hoogtepunten te verbinden en de toegankelijkheid vanuit de stad te verbeteren. Toeristische transferia op strategische knooppunten kunnen hierbij een belangrijke rol gaan spelen. De assen bieden ook de mogelijkheid om, aan de hand van de thema's, verhalen te vertellen die in te zetten zijn bij de marketing van het aanbod. Door deze marketing te versterken, kunnen de expats wegwijs gemaakt worden in het specifieke Nederlandse aanbod van zee, meren en polders.

Werkgroep 2 discussieerde over de potenties van de Noordoever Nieuwe Meer en omgeving voor Amsterdam als internationaal aantrekkelijke stad. Toegankelijkheid -fysiek en mentaal - stond centraal. Het gebied heeft door zijn aard (water) en ligging (nabij de Zuidas en op waterroute Schiphol-Amsterdam) een enorme potentie om bij te dragen aan het versterken van het imago en 'cultureel waterrijk' van Amsterdam. Er werden concrete ideeën geopperd voor fysieke netwerken (Watertaxi Schiphol-Amsterdam met halte Zuidas en halte Sportas) en sociale netwerken (organiseren sportactiviteiten met expatsverenigingen).

Atelier in Haaglanden

Het atelier in de regio Haaglanden sloot aan bij vragen die opgeworpen worden in het concept van de 'Nota van Uitgangspunten Internationale Zone Den Haag' van de gemeente. In deze nota doet de gemeente uitspraken over onder andere wonen, openbare ruimte, groen en water. In de zoektocht naar de gewenste karaktertrekken van de Internationale Zone waren richtinggevend: internationaal, groen en sophisticated (verdoorontwikkeld) en het 'veilige haven'-concept.

In de ontwerpateliers werden deze begrippen concreet gemaakt in ruimtelijke suggesties voor een tweetal ontwikkellocaties in de zone. Werkgroep 1 werkte aan het thema 'internationaal, groen en sophisticated' met als case de kruising van de Haagse Beek met het Uitwateringskanaal bij de Houtrustbrug. De tweede werkgroep concentreerde zich op de wijze waarop het hoge niveau van veiligheid in de Internationale Zone te combineren is met een open democratische stad. De deelnemers kwamen aan het einde van de workshop met de volgende suggesties: Om de totale stadsbevolking te laten profiteren van de aanwezigheid van internationale organisaties dient de zone een kwartslag gedraaid te worden. Voor fysieke

veiligheidsmaatregelen is in het bestaande stedelijk weefsel geen ruimte. Daarom is het experimenteren met virtuele systemen een optie. In de vormgeving van de openbare ruimte en het stedelijk groen zijn de volgende uitgangspunten van belang: multifunctioneel gebruik, ontwikkel slimme energieconcepten, besteed aandacht aan detaillering, gebruik materialen van hoogwaardige kwaliteit en vergeet onder geen beding uitstekend onderhoud.

Conclusies en aanbevelingen

Uit de door ons verrichte studie zijn als belangrijkste aanbevelingen voor het ruimtelijk beleid te destilleren:

1. Investeer in kwaliteit van openbaar stedelijk groen en openluchtrecreatievoorzieningen in de *directe* leefomgeving. Een reistijd tussen wonen, werken en recreëren van maximaal 30 minuten heeft de voorkeur;
2. Ontwikkel 'groene' recreatieve netwerken voor wandelen, joggen en fietsen in de stad, vanuit de stad naar het omringend landelijk gebied en in het landschap rond de stad en begin met het opruimen van barrières;
3. Expats hebben een voorkeur voor de volgende vormkenmerken van het stedelijk groen, landschappen en openluchtrecreatievoorzieningen: natuurlijk, wild, grootschalig, authentiek en met gebogen romantische lijnen;
4. Streef naar voor iedereen beleefbare (groen/blauwe) structuren; Knooppunten met recreatieve voorzieningen 'leisure transferia' kunnen in het netwerk een belangrijke rol spelen;
5. De 'onderscheidende vermogens' van de drie onderzochte regio's, toegepast op het groen en de recreatiemogelijkheden, kunnen verder uitgebuit worden in beleid, vormgeving en de communicatie over stedelijk groen en het landschap;
6. Kijk bij het ontwikkelen en ontwerpen van nieuwe mogelijkheden van een gebied vooral naar de combinatie van de ruimtelijke potenties van de plek en de sociale- en culturele netwerken die van de ruimte en voorzieningen gebruik kunnen of willen maken;
7. 'Verbinden' is een belangrijk gemeenschappelijk thema in de aangedragen ruimtelijke aanbevelingen. Daarbij gaat het om het verbeteren van de ecologische- en recreatieve structuur.

In hoofdstuk zeven staan naast deze aanbevelingen voor het ruimtelijk beleid ook suggesties voor toekomstig onderzoek over het onderwerp van deze studie.

1 Inleiding

Wageningen UR (University en Research centre) voert voor het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselveiligheid (LNV) een meerjarig strategisch onderzoeksprogramma uit onder de naam 'Kennisbasis', met negen thema's. Thema 1 gaat over 'Duurzame ontwikkeling van de groene en blauwe ruimte in een veranderende wereld'. Het betreft strategisch onderzoek dat zich op het grensvlak van wetenschap, beleid en samenleving richt. Het programma is deels ook relevant voor de agenda van het ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer (VROM). Het betreft twee onderwerpen:

- Strategische kennisvragen over het recreatieve gebruik en beleving van de ruimte, in het bijzonder rondom steden en
- Groenblauwe functies en maatschappelijke baten.

Dit project valt binnen het tweede onderwerp. Na overleg met de betrokken medewerkers van VROM in de herfst van 2006 is het onderwerp toegespitst. Het onderzoek had bij de start in 2007 het volgende uitgangspunt: er bestaat te weinig inzicht in de relaties tussen het vestigingsklimaat voor internationale kennisintensieve bedrijven en de kwaliteit en kwantiteit van de groene ruimte en de recreatieve mogelijkheden. Hierdoor is het niet mogelijk om te bezien welke gevolgen het investeren in de groenblauwe ruimte heeft voor het aantrekken en vasthouden van kennisintensieve bedrijven.

Het onderzoek levert inzicht op in de afwegingen die internationale kennisintensieve bedrijven en instellingen maken bij het kiezen van een vestigingsplaats, en wat het belang is van de kwaliteit en kwantiteit van de groene ruimte en recreatieve mogelijkheden bij deze afwegingen. De resultaten kunnen gebruikt worden om het beleid van de verschillende overheden te verbeteren om de internationale concurrentiepositie van Nederland te verhogen. Te denken valt aan beleidsterreinen als 'Mooi Nederland', de Nationale Landschappen, gerichte gebiedsontwikkeling in de voormalige Rijksbufferzones en het omgaan met de spanningen in de stad-land relaties in de Metropolitane parken in de Randstad.

Wetenschappelijk is dit onderzoek interessant omdat het inzicht geeft in de verhoudingen tussen de lokale fysieke ruimte, regionale welvaart en welzijn, en de mondiale economie. Het verkent welke theoretische kaders geschikt zijn om de relatie tussen de wereldeconomie en de fysieke groene ruimte te beschrijven en te analyseren.

In de periode dat we aan dit onderzoek werkten lijkt de belangstelling voor kenniswerkers alleen maar gegroeid te zijn. Grote internationale bedrijven en instellingen oefenden met succes druk uit om de landelijke procedures om een werkvergunning te krijgen te vergemakkelijken. Begin 2008 was er in geen enkele regio in Nederland een 'loket' waar expats terecht kunnen voor vragen en kwesties. Nu heeft Amsterdam zijn Expat Center, heeft Den Haag The Hague Hospitality Centre for International Media, Expats and International Visitors. Brainport in de regio Eindhoven opende Expat Guide Holland.

1.1 Doel van het onderzoek

Vestiging van een onderdeel van een internationaal bedrijf zorgt voor groei van de economie en welvaart van het land, een regio of een stad. De achterliggende gedachte achter deze studie is dat investeringen in de ruimtelijke kwaliteit van het landschap economische groei genereren en regionale welvaart veilig stellen, doordat ze een plek voor internationale bedrijven aantrekkelijker maken. Buitenlandse investeringen zijn

belangrijk voor de Nederlandse economie. Maar versterkt investeren in de ruimtelijke kwaliteit de internationale concurrentiepositie van Nederland? Het gaat in deze studie dus om een koppeling tussen processen die spelen in de wereldeconomie en in een landschap. Het is de vraag hoe de begrippenkaders van de macro-economie zich verhouden tot die van de locale en regionale ruimtelijke planning. Concreter geformuleerd: houden landschapsbeheerders en regionale ruimtelijke beleidsmakers voldoende rekening met de voorkeuren van internationaal opererende ondernemers?

Het doel van dit onderzoek is: 'Het geven van inzicht in de relaties tussen het vestigingsklimaat voor internationale kennisintensieve bedrijven en de kwaliteit en kwantiteit van de groene stedelijke ruimte en de recreatieve mogelijkheden in de openlucht'. Of te wel: Is het zinvol om te investeren, en zo ja op welke wijze, in de kwaliteit van de groene ruimte om internationale kennisintensieve bedrijven aan te trekken?

1.2 Onderzoekspopulatie

In door ons bestudeerde literatuur bestaat geen eenduidig beeld van de te onderzoeken groepen. Iedere studie kiest zijn eigen populatie waardoor de uitkomsten moeilijk met elkaar te vergelijken zijn. Soms is er overlap, soms vallen de populaties samen, soms betreft het deelverzamelingen. In deze studie sluiten we voor de definitie van kenniswerker aan bij de OECD, die alle hoger opgeleiden die werken in hogere beroepen tot kenniswerkers rekent (OECD, 1995). Voor de definitie van expats voegen we daar de internationale dimensie aan toe: we richten ons op kenniswerkers die buiten Nederland geboren zijn.

1.3 Case study gebieden

Uit een eerste globale verkenning kwamen als vestigingsplaatsen voor kennisintensieve bedrijven en instellingen in Nederland twee gebieden in het zicht: Metropoolregio Amsterdam en de Stadsregio Eindhoven. In Amsterdam en omgeving zijn de meeste internationale kennisbedrijven te vinden. De regio Eindhoven is aantrekkelijk voor onze studie, omdat er een ander type bedrijven naar toetrekt dan naar Amsterdam. En Eindhoven heeft ook een ander profiel voor Quality of Living. Waar in het Amsterdamse het accent ligt op cultuur, ligt dat in Eindhoven meer op natuur. Door een strategische alliantie met het Europese onderzoeksproject PLUREL is ook de regio Haaglanden bij de studie betrokken. Den Haag en omgeving is interessant omdat daar vooral internationale gouvernementele organisaties gevestigd zijn en de gemeente zich profileert als 'Capital of Law and Justice'.

1.4 Onderzoeksopzet en leeswijzer

De aanpak van dit onderzoek bestaat uit verschillende stappen:

- een algemene verkenning om de vragen aan te scherpen en het onderwerp af te bakenen; bestudering van de (vak)literatuur en gesprekken met deskundigen bij ministeries, gemeenten en organisaties die zich richten op het internationale bedrijfsleven en expats. Deze verkenning diende als basis om de studiegebieden te kiezen en gaf richting aan de literatuurstudie;
- keuze van de studiegebieden (Amsterdam, Haaglanden, Eindhoven);
- literatuurstudie naar locatiekeuze door kennisintensieve bedrijven en woon- en leefomgevingsvoorkeuren van kenniswerkers;
- kiezen voor een theoretisch kader aan de hand van het werk van Richard Florida;
- schets van het beleid gericht op de groene omgeving en het aantrekken van buitenlandse bedrijven;
- verkenning van het vestigingsklimaat, de groene kwaliteiten en plannen en strategieën in de studiegebieden;

- enquête naar beleving en waardering van groene ruimtelijke elementen door expats in de studiegebieden. Deze enquête geeft een kwantitatief beeld van de wensen die expats in Nederland hebben voor hun woonomgeving, met nadruk op de groene ruimte en de openluchtrecreatie;
- ontwerpateliers in Amsterdam en Den Haag rond de kwalitatieve vraag welke ontwerpeisen voor de stad (regio) voortvloeien uit de wens om aantrekkelijker te worden voor internationale kenniswerkers;
- synthese van de resultaten uit de literatuurstudie, de enquête en de ontwerpateliers.

2 Literatuuronderzoek

In de literatuurstudie zochten we antwoord op de volgende vraag:

- Welke rol speelt de groenblauwe omgeving bij de locatiekeuze van internationale bedrijven en kenniswerkers?

2.1 De kenniseconomie

De veronderstelling in deze studie is dat de groenblauwe omgeving vooral een rol speelt bij de locatiekeuze van bedrijven die behoren tot de kenniseconomie. Daarom staan we eerst stil bij het begrip kenniseconomie: wat is het, en wat maakt dat de locatiekeuze van deze bedrijven verschilt van die van andere bedrijven? Kenniseconomie, creatieve- en nieuwe economie zijn begrippen die nogal eens door elkaar heen worden gebruikt. Ze hebben gemeen dat het gaat om productie en handel van informatie en kennis en niet om de productie en handel in goederen of het leveren van fysieke diensten. Raspe en Van Oort (2007; p.18) omschrijven de kenniseconomie als 'het gebruik van kennis in interactieve relaties tussen markt- en overige partijen bij het voortbrengen en gebruiken van goederen en diensten vanaf het eerste idee tot en met het gebruik van het eindproduct'. In de kenniseconomie neemt de productiefactor kennis een steeds belangrijkere positie in ten opzichte van arbeid, natuur en kapitaal (de drie traditionele productiefactoren). Binnen de traditionele productiefactoren is de factor arbeid relatief belangrijk.

Kenmerkend voor bedrijven in de kenniseconomie is dat ze weinig natuurlijke hulpbronnen nodig hebben; de grondstof voor hun productieprocessen is in de eerste plaats kennis. De investeringen die kennisintensieve bedrijven moeten doen in kapitaalgoederen om hun productieprocessen goed te laten verlopen zijn relatief klein. Kortom, van de drie traditionele productiefactoren is in de kenniseconomie de factor arbeid de belangrijkste. Kennisintensieve ondernemingen hebben relatief veel kenniswerkers in dienst. Voor kennisintensieve ondernemingen is de kwaliteit van de opleiding en ervaring van beschikbare werknemers cruciaal.

Voorbeelden van kennisintensieve bedrijven zijn: ICT-bedrijven (die zich bezighouden met het produceren, implementeren en onderhouden van software voor hun klanten), (mobiele) telefoonondernemingen, ontwikkelings- en ontwerpbureaus en (multimediale) uitgeverijen. Ook onderdelen van grote wereldwijd opererende ondernemingen, zoals hoofdkantoren en Research en Development, Sales en Marketing vestigingen en zakelijke dienstverlening, behoren tot de kennisintensieve bedrijven (of bedrijfsonderdelen).

Ook in internationale ambtelijke organisaties zoals de Verenigde Naties en de Europese Unie en organisaties als het Wereld Natuurfonds, universiteiten en tal van andere werken veel kenniswerkers. In de locatiekeuzeprocessen van internationale niet-commerciële en overheidsorganisaties hebben wij ons niet speciaal verdiept. Wel hebben we uit gesprekken opgemaakt dat de lokale QoL ook belangrijk is vanuit het perspectief van internationale organisaties.

2.2 Locatiekeuzes door kennisondernemingen

Waar op de wereld komt een nieuwe vestiging van een kennisintensief bedrijf of instelling terecht? Het antwoord op deze vraag verbindt het mondiale karakter van de kenniseconomie met het regionale of lokale schaalniveau van het landschap en het stedelijk groen. Bij de locatiekeuze spelen heel veel overwegingen een rol, die per schaalniveau verschillend kunnen zijn. De leiding van een organisatie kiest een locatie op rationele, bedrijfseconomische gronden, maar ook persoonlijke voorkeuren van de bestuurders kunnen meespelen. Dit maakt het onderzoeken van locatiekeuzeprocessen tot een moeilijke opgave.

Volgens Salvesen en Renski (2002) beschouwt de traditionele economische theorie een onderneming als een economische eenheid, die zich bij het kiezen van een locatie laat leiden door de doelstelling winstmaximalisatie. Alle mogelijkheden die geografische ligging met zich mee brengt om de opbrengst te verhogen zal de ondernemer serieus bekijken. En ook op welke wijze de kosten zijn te drukken neemt hij in overweging. De optimale locatie wordt dus bepaald door de totale kosten van het productieproces (inclusief transport) af te trekken tegen opbrengsten van de productie.

Bij kennisintensieve bedrijven is de productiefactor arbeid dominant en vooral de kwaliteit van de werknemers. Naast het loon spelen indirecte arbeidskosten mee: de wijze van vergunningverlening, de houding van de bevolking, de kwaliteit van de infrastructuur, de beschikbaarheid van onderwijs en andere voorzieningen.

Tot de indirecte kosten kunnen ook QoL-factoren gerekend worden, zoals culturele of milieufactoren. Er zijn veel zaken die QoL, de kwaliteit van de leefomgeving, bepalen. Naast traditionele economische factoren zoals de regionale arbeidsmarkt, woonlasten en kosten van levensonderhoud, dragen ook recreatieve voorzieningen, het culturele aanbod en milieukwaliteit bij aan QoL. Volgens Salvesen en Renski (2002) is er geen consensus over welke factoren QoL bepalen, maar is er wel een duidelijke behoefte aan een meer specifieke afbakening van het begrip.

2.2.1 Het proces van locatiekeuze

Om meer zicht te krijgen op locatiekeuze van internationale kennisondernemingen is het zinvol om het proces van de zoektocht verder uit te werken. Locatiekeuze is een ingewikkeld proces dat deel uitmaakt van de bedrijfsstrategie van de individuele onderneming (Salvesen en Renski, 2002).

Bij de locatiekeuze voor een nieuwe vestiging maakt de onderneming een lijst van noodzakelijke eigenschappen waaraan de locatie moet voldoen. Er valt een groot aantal plekken af. In een tweede ronde gaat het om eigenschappen van de locatie die wenselijk zijn voor het bedrijf. Er vallen weer plekken af. En zo volgen meer rondes en de lijst van locatie-eigenschappen groeit. Iedere onderneming heeft zijn eigen voorwaarden waaraan een locatie moet voldoen. Het is onmogelijk om alle potentiële locaties onder de loep te nemen, maar dankzij de huidige, enorme databases is het voor bedrijven wel mogelijk geworden om een groot aantal locaties te screenen op een groot aantal criteria.

Er spelen bij een locatiekeuzeproces binnen een onderneming twee soorten overwegingen een rol. De belangrijkste zijn de voor de onderneming noodzakelijke locatievoorwaarden. Alleen als aan die voorwaarden op een bepaalde plaats is voldaan, komt de locatie in aanmerking. Welke factoren dat precies zijn, verschilt per sector en per type bedrijf en bedrijfsonderdeel. Maar in grote lijnen komen steeds dezelfde elementen terug die te maken hebben met de verwachte kosten en opbrengsten die bij een locatiekeuzeproces een rol spelen, zoals transportmogelijkheden, belastingsregime, afzetmarkt, betrouwbaarheid van de overheid, samenstelling, diverse soorten kosten en scholingsgraad van de beroepsbevolking. Naast de noodzakelijke

locatievoorwaarden zijn er wenselijke locatievoorwaarden. Hoe meer aan deze wensen op een locatie is voldaan, des te groter is de kans dat een bedrijf voor dat terrein kiest.

Er zijn ruwweg twee manieren om locatiekeuzegedrag van bedrijven te onderzoeken: via statistische analyses van gegevens van economische activiteiten en regionale kenmerken, en via enquêtes. Beide methodes hebben voor- en nadelen. Uit de literatuur blijkt dat het niet goed mogelijk is om op basis van statistische analyses van locatiegegevens volledig inzicht te krijgen in de betekenis van QoL-factoren voor de locatievoorkeuren van bedrijven (Salvesen en Renski, 2002). Dit komt o.a. doordat er voor veel regionale kenmerken geen databases bestaan, zodat onderzoekers vaak met proxy's moeten werken. Dit geldt vooral voor data over kwaliteit.

Enquêtes leveren bruikbare inzichten op, omdat de verzamelde gegevens veel meer toegespitst zijn op het bedrijf en de locatie en de onderlinge relatie. Nadelen van deze vorm van onderzoeken zijn de hoge kosten en dat de uitkomsten tijd en plaats gebonden zijn. Daarnaast spelen de persoonlijke voorkeuren van de ondervraagden een belangrijke rol. Ook willen bedrijven nog wel eens het belang van bepaalde zaken, zoals belastingen, opblazen, in een poging gunstiger vestigingsvoorwaarden te bedingen. Bedrijfsleiders zien zichzelf graag als zakelijk ondernemer. QoL bestaat uit veelal 'soft sector' factoren. Daarmee wil een ondernemer zich niet te veel inlaten waardoor QoL minder belangrijk kan lijken dan het in werkelijkheid is (Anderson, Wageningen 1991). Ruimtelijke QoL-factoren die binnen deze onderzoeken regelmatig genoemd worden zijn: aantrekkelijke woonomgeving, recreatiemogelijkheden, weertype, cultuur (voorzieningen zoals schouwburg of concertzaal), bereikbaarheid en files, aanwezige scholen (Salvesen end Renski, 2002).

2.2.2 Locatiekeuzefactoren van kennisondernemingen

Voor bedrijven die goederen produceren zijn toegang tot grondstoffen, een 'fysiek' distributienetwerk en toegang tot markten belangrijke vestigingsfactoren, maar voor kennisondernemingen zijn deze factoren minder belangrijk: de aanwezigheid van mensen met excellente kennis en vaardigheden is de doorslaggevende factor. Dit maakt ze in zekere zin 'footloose', ze zijn vrij om te kiezen waar ze zich vestigen. Dat wil bepaald niet zeggen dat 'place', er niet meer toe doet. In tegendeel, zo betoogt bijvoorbeeld Kotkin (2000). In zijn visie doet het er meer toe dan ooit; juist omdat bedrijven uit een enorme hoeveelheid plekken kunnen kiezen, zijn de kenmerken van een plek enorm bepalend voor de locatiekeuze.

Dat voor kennisondernemingen andere locatiekeuzefactoren van belang zijn dan voor bedrijven die goederen produceren geldt weliswaar in het algemeen, maar er het ligt wel genuanceerd. Zo zijn R&D-activiteiten vaak verbonden met het industriële productieproces. En de locatie daarvan is vaak weer erg gebonden aan de beschikbaarheid van grondstoffen en infrastructuur voor vervoer over land, water en door de lucht. (EZ, 2006). Ook is het verplaatsen van een R&D-laboratorium een kostbare zaak; een laboratorium zal dan ook niet snel verhuizen.

Kennisondernemingen vinden dus in het algemeen QoL-factoren in het locatiekeuzeproces belangrijker dan ondernemingen die goederen produceren, omdat bedrijven kenniswerkers willen aantrekken en vasthouden (Kotkin, 2000; Florida 2003). En hiermee is de rationele bedrijfsstrategische locatiekeuze met de QoL-factor verlegd naar de persoonlijke voorkeuren van de kenniswerker. Als voorbeeld noemt Florida het bedrijf Lycos dat verhuisde van het meer industriële Pittsburgh naar het creatievere Boston. En recent Nederlands voorbeeld is het verhuizen van telecombedrijf Vodafone van Zuid-Limburg naar Amsterdam. Zo zijn kennisintensieve ondernemingen geografisch gebonden, maar op een andere manier dan productiebedrijven of logistieke bedrijven.

Naar de rol van groen (parken of landschap) als onderdeel van QoL is weinig empirisch onderzoek gedaan. We kennen twee voorbeelden: een in Nederland, en een uit de VS. Andersson (1991) onderzocht de

landschappelijke component in het locatiekeuzeproces van bedrijven in Nederland. Volgens Andersson is in de ruimere omgeving van een bedrijfslocatie de bereikbaarheid van Schiphol en de snelweg van groot belang; hoogwaardige telecommunicatie is een noodzakelijke voorwaarde. Daarnaast noemt zij dat toonaangevende collegabedrijven in de buurt zorgen voor een aantrekkende werking. Marginale stadsrandactiviteiten stoten juist af. Een station, internationale naamsbekendheid, culturele- en sportvoorzieningen en een universiteit in de buurt zijn welkom. Een mooi landschap speelt wel mee maar staat op de laatste plaats van voorzieningen die ertoe doen.

Love en Crompton (1999) vroegen 500 bedrijven gevestigd in Colorado om aan te geven hoe belangrijk 50 elementen van Quality of Life geweest waren in recente locatiekeuzebeslissingen van hun bedrijf. Dit op een 5-punt schaal variërend van 'niet belangrijk' tot 'heel belangrijk'. De natuur in Colorado (Rocky Mountains National Park) springt eruit. Ook recreatiemogelijkheden en de kwaliteit van parken worden nog wel redelijk belangrijk gevonden. Over welke rol 'groen' in de vorm als stadspark, landschap of openluchtrecreatiemogelijkheden speelt in het locatiekeuzeproces van ondernemingen is in de literatuur verder praktisch niets te vinden.

2.2.3 Ondernemersklimaat

In de literatuur over locatiekeuze door ondernemingen speelt het begrip vestigings- klimaat een belangrijke rol. Klimaat is een meteorologisch begrip. Ook maken auteurs regelmatig gebruik van begrippen die uit de ecologie komen zoals habitat of vestigingsmilieu, ecosysteem. (Florida, 2003). Dit geeft de indruk dat het bij het ondernemersklimaat of vestigingsmilieu gaat om natuurlijke factoren, terwijl het vooral economische of culturele zijn. Het ondernemersklimaat, of onderscheidend vermogen, bestaat uit een aantal samenhangende factoren die een land of regio voor ondernemingen onderscheiden van andere landen. Deze factoren bepalen hoe aantrekkelijk een land of regio is voor de zittende en eventuele nieuwe bedrijven. Landen en regio's concurreren met elkaar voor het aantrekken van DBI en daarmee voor het versterken van hun welvaart.

2.2.4 Het ondernemersklimaat in Nederland

Het Directoraat-generaal voor Buitenlandse Economische Betrekkingen van het ministerie van Economische zaken (2006) stelt dat in 2005 er in totaal 5.380 vestigingen van buitenlandse bedrijven in Nederland waren en waar 535.537 mensen werkten. Dat was 7,1% van het totaal aantal arbeidsplaatsen. De volgende sectoren brengen de meeste werkgelegenheid in: Productie en assemblage 35%, Sales, marketing en advies 18%, Hoofdkantoor 16% en Distributie 13%. Opvallend laag is het aantal arbeidsplaatsen in Research en Development met maar 2%. Het aantal arbeidsplaatsen bij vestigingen van buitenlandse bedrijven nam tussen 2002 en 2005 met 7.000 toe.

Ernst en Young (2005) geven inzicht in herkomst van DBI in Nederland en daarmee in de locatiekeuze van internationale bedrijven. De herkomstlanden van de belangrijkste investerende ondernemingen zijn: USA 42.9%, Japan 7,1%, Duitsland 7,1%, Zweden 7,1% en het Verenigd Koninkrijk 3,6%. Het vestigen van Sales en Marketing kantoren is de grootste post, gevolgd door Manufacturing, Logistics, (European) Headquarters en als laatste Research en Development. Interessant, maar niet verwonderlijk, is de constatering dat bedrijven die een vestiging in Nederland hebben het vestigingsklimaat positiever waarderen dan bedrijven die niet in Nederland zitten. In het onderzoek geven 77 CEO's (chief executive officer of voorzitter van raad van bestuur) aan de Nederlandse regering een suggestie mee om het land aantrekkelijker te maken. Het verlagen van de belastingen staat bij 35% ondervraagden op de eerste plaats. Als het gaat om ruimtelijke factoren staat 'Improve accessibility of main economic centres' met 12% op de vijfde.

Ernst en Young voeren jaarlijks diverse studies uit naar de aantrekkelijkheid van landen en regio's voor bedrijven. Voor Nederland meet Ernst en Young (2005) o.a. de aantrekkelijkheid van verschillende locatiefactoren, waarvan we hier de factoren met een ruimtelijke component bespreken. Over 'Quality of Life' zijn bedrijven goed te spreken; 63% van de bedrijven vindt Nederland in dit opzicht zeer aantrekkelijk (Ernst en Young, 2009). Er is geen enkele andere factor die zo hoog scoort. Ook 'Telecommunication infrastructures' scoort hoog met een derde plaats; over 'Transport and logistic infrastructure' zijn de ondernemers minder tevreden (plaats 6), maar nog altijd vindt 44% Nederland in dit opzicht zeer aantrekkelijk. De ondernemers beschouwen de kosten van land en beschikbaarheid van locaties als onaantrekkelijke factoren in Nederland; respectievelijk 26% en 12% bestempelt deze factoren als onaantrekkelijk.

Om goed beleid te kunnen voeren houdt het NFIA, een onderdeel van het ministerie van Economische Zaken, bij hoe buitenlandse bedrijven het Nederlandse vestigingsklimaat waarderen. Uit een enquête onder 1.200 in Nederland gevestigde buitenlandse bedrijven (EZ, 2006) bleek dat Nederland in het algemeen een waardering van 7,5 scoort op een schaal van 10. Goed scoren de subthema's 'Mainports' (8,0) en 'Geografische positie' (7,8) en een aantal hoogwaardige clusters van bedrijvigheid waaronder 'Chemie, high tech, food en flowers'. Op plaats 3 staat 'Infrastructuur' met een 6,8; deze lage score komt doordat het subthema 'Mobiliteit en bereikbaarheid' (6,0) een zorgpunt is; 'Nutsvoorzieningen en kwaliteit van de ICT-infrastructuur' worden wel goed beoordeeld. Op de 5^e plaats staat 'Leefomgeving' met een score van 6,6. Als subthema daarbinnen scoort 'Vrijtijdsbesteding en culturele faciliteiten' goed (7,1). Op plaats 6 staan 'Bedrijventerreinen en kantoorruimte' met ook een 6,6; 'Beschikbaarheid en kwaliteit' krijgen als subthema een hoge waardering (7,4).

Het NFIA registreert de buitenlandse investeringen in Nederland per provincie. Hieruit is een beeld te destilleren over de verschillen in het ondernemersklimaat in Nederland. Voor de periode 2005-2008 komt het NFIA met de volgende cijfers:

De Randstad trekt duidelijk de meeste investeringen aan, zowel in termen van aantallen projecten als werkgelegenheid. Ook vinden veel bedrijven hun weg naar Noord-Brabant. Dan volgt Oost-Nederland; Gelderland en Overijssel trekken ook nog redelijk veel buitenlandse bedrijven. Zeeland en het Noorden van het land blijven duidelijk achter, een enkele uitschieter daargelaten.

In 'Property NL Magazine' # 4 van 14 maart 2006 publiceert Peije Bruil het artikel 'Buitenlanders kiezen voor Amsterdam en het zuiden'. Dit artikel beschrijft waar buitenlandse bedrijven zich vestigen in Nederland. Daar kunnen we uit opmaken welke regio's in Nederland interessant zijn voor buitenlandse bedrijven. Hij baseert zich voor dit artikel op de cijfers van de periode 2000-05. Amsterdam staat in deze periode met 24 nieuwe vestigers aan top. Van de steden die samen BrabantStad vormen staan Tilburg en Breda met ieder vijf nieuwe vestigers op plaats 5 en 6. Het grootste kantoor in Amsterdam is Cisco Systems uit de VS met 2.500 werkzame personen en de grootste in BrabantStad het Britse Libertel in Den Bosch met 350 werkzame personen. Op de top 10 voor bedrijfsruimte, meestal voor distributie, staan in BrabantStad Moerdijk op 1 met zes nieuwe vestigingen, Tilburg op 2 met vijf en Amsterdam op plaats 3 met 4. Rosmalen bij Den Bosch haalde met Solelectron het grootste bedrijf binnen uit de VS met 500 werkzame personen en in Amsterdam was dat Hitachi uit Japan met 350 werkzame personen. In Brabant streken ook de nummers 5 en 6 neer met in totaal 650 werkzame personen.

Tabel 1

Buitenlandse investeringsprojecten per provincie, 2005-2008. Bron: NFIA, bewerkt door Luttik et al. 2009.

Provincie	Aantal investeringprojecten				Aantal banen			
	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008
Zuid Holland	21	25	49	59	497	387	746	1181
Noord Holland	37	38	46	53	752	812	824	863
Noord Brabant	11	17	21	16	366	254	592	454
Gelderland	9	10	14	14	587	242	306	336
Overijssel	3	3	7	16	75	51	86	212
Utrecht	3	4	5	9	45	60	48	95
Limburg	13	3	5	8	523	260	100	66
Flevoland	5	6	4	3	48	125	65	32
Groningen	3	2	2	2	40	43	40	30
Drenthe	0	3	2	2	0	180	300	30
Friesland	3	2	0	0	91	11	0	0
Zeeland	4	0	0	0	97	0	0	0

2.2.5 Bedrijfslocaties

Een bedrijfslocatie is de vestigingsplaats van een individuele onderneming in de stad, op het bedrijventerrein of in het landelijk gebied. Een locatie beperkt zich tot het bedrijfsgebouw en de directe omgeving. Er zijn maar weinig studies uitgevoerd naar de wensen die werknemers hebben voor hun werklocatie.

Een voorbeeld uit het buitenland is een studie van Rachel Kaplan (2007). Zij onderzoekt in Amerika de waardering van werknemers voor de inrichting van de buitenruimte van hun werkomgeving. Ze hebben de meeste waardering voor het aantal (3.90 op de schaal van 5) en de maat (groot) van de aanwezige bomen (3.78) op de gazons. De mogelijkheid om te wandelen (3.18) en te zitten (2.73) werden veel lager gewaardeerd. Ook werd gevraagd naar gewenste veranderingen in het werklandschap. Een meer natuurlijke inrichting met bomen komt dan naar boven met vooral het parkeren tussen het groen.

In Nederland ziet Andersson (1991) als aantrekkelijke bedrijfslocaties de bedrijventerreinen in de stadsrand op een zichtlocatie dichtbij een snelwegafslag. 'Openbaarvervoersmogelijkheden zullen (...) in de toekomst belangrijker worden'. De betekenis van een groene bedrijfslocatie ligt hoofdzakelijk in de representatieve waarde van deze locatie, c.q. de bijdrage van de groene bedrijfslocatie aan het imago van de organisatie (Andersson, 1991; Jókövi e.a., 2002, Jókövi en Luttik, 2003). Voor bedrijven die statusgevoelig zijn, is de uitstraling van het terrein van belang (Andersson, 1991). Daarbij speelt kwaliteit van inrichting en beheer van het groen een belangrijke rol en de (sociale en fysieke) veiligheid. Zij stelt vast dat de vraag naar goede woon-, werk- en recreatiemogelijkheden bij directies en medewerkers van hoogwaardige bedrijven groot is. De voorkeur gaat daarbij uit naar afwisselende landschappen met water die van oudsher allure hebben: binnenduinrand (Wassenaar, Aerdenhout), het Gooi en de Utrechtse Heuvelrug. Recreatie en bos kunnen aantrekkelijke factoren zijn. De aanwezigheid van landbouw is neutraal of strijdig. Volgens het NEI (2000) komt

de kwaliteit van de natuurlijke omgeving op de 13e plaats in een lijst van 32 locatiekeuzefactoren. De betekenis van het groen in de regio ligt waarschijnlijk vooral in de bijdrage aan de leefbaarheid van de regio als woonomgeving voor de mensen die bij het bedrijf werken (Jókövi en Luttik, 2003).

Volgens Andersson zijn voor ondernemingen de volgende factoren bepalend voor de (ruimtelijke) kwaliteit van een werklocatie:

Representativiteit (goed ontworpen en onderhouden groenelementen als mooie zichttuin, ter afscherming, beschutting en het verbeteren van het microklimaat);

De mogelijkheid om tussen de middag te kunnen wandelen. Sporten (tennis, golf) worden genoemd maar niet direct bij de bedrijfslocatie;

De nabijheid van voorzieningen als winkels, horeca en kinderopvang;

Veiligheid (de beveiliging van gebouw en terrein, sociale veiligheid);

Bereikbaarheid (de interne- en externe ontsluiting).

Florida (2003) besteedt aandacht aan 'The New Workspace' waarbij hij ingaat op de verandering van de vormgeving van de werkplek. In de creatieve sector zijn twee soorten gebouwen populair. De ene soort zijn nieuwe panden in de stadsrand of op een bedrijventerrein. Ze staan vaak op een royale kavel en hebben een opvallende architectuur. Het terrein kent een campusachtige inrichting met tal van voorzieningen voor onder andere kinderopvang, lunch, diner, sport en recreatie. De werknemer hoeft overdag het werkterrein niet meer af. De andere vorm is te vinden in oude panden in de stadscentra. Het gaat vaak om voormalige pakhuizen die vrij in te delen zijn en zo tot een bedrijfsverzamelgebouw worden. De jonge werknemers mogen de ruimte gebruiken zoals ze zelf willen en bijvoorbeeld hun fiets naast het bureau zetten. Hier haalt Florida de legendarische Amerikaanse stedenbouwkundig onderzoekster Jane Jacobs aan. In haar boek 'The Death and Life of Great American Cities' uit 1961 houdt zij een pleidooi voor het leven op straat en een architectuur en stedenbouw die dat bevordert. Daarmee wijst ze de modernistische visie van het scheiden van functies grotendeels af.

2.2.6 Conclusies uit dit deel van het literatuuronderzoek

1. Van de klassieke productiefactoren natuur, kapitaal en arbeid is in de kenniseconomie de factor arbeid dominant;
2. Bij de locatiekeuze van kennisondernemingen speelt de factor arbeid een doorslaggevende rol;
3. Niet de hoeveelheid beschikbare arbeidskrachten is in deze sector van belang maar de beschikbaarheid van werkers met de juiste kwaliteiten: een goede opleiding en passende ervaring;
4. Kenniswerkers leven graag in regio's die beschikken over een hoge Quality of Living (QoL);
5. De locatiekeuze van een kennisonderneming wordt in toenemende mate gestuurd door QoL-factoren waar de hoogopgeleide, internationaal georiënteerde kenniswerker waarde aan hecht;
6. Dus kennisondernemingen vestigen zich in regio's waar zij voldoende hoog opgeleid personeel kunnen vinden. Dit zijn dus de regio's waar de kenniswerkers graag willen leven.

2.3 Expats, internationale kenniswerkers

Omdat de beschikbaarheid van goed opgeleide werkers zo belangrijk is in de kenniseconomie, staan we in deze paragraaf stil bij de wensen die kenniswerkers hebben voor hun woonomgeving. We zijn daarbij vooral geïnteresseerd in de wensen van de kenniswerkers die voor hun werk naar een ander land verhuizen: de expats. Een expatriate is in de letterlijke betekenis van het woord iemand die buiten zijn vaderland leeft. Het standaardbeeld is dat het mensen zijn die op hoofdkantoren van wereldwijde ondernemingen werken, de technische leiding hebben bij grote infrastructurele werken, diplomaten zijn en het hoger kader vormen op

plantages, mijnen, olievelden en grote fabrieken. Tot voor kort bestond het beeld dat zij een luxe leven leidden in aparte buurten en wijken, onder elkaar, met eigen voorzieningen, los van samenleving van herkomst en buiten de cultuur van het gastland. Zij keerden na korte of langere tijd weer terug naar hun 'eigen' land.

Dit beeld is nu achterhaald. Over expats bestaan verschillende beelden en in de literatuur komen diverse definities en omschrijvingen voor. Deze studie gaat over het internationale ondernemersklimaat en spitst zich toe op kennisintensieve bedrijven. In aansluiting daarop richten wij ons op de expats die hoogopgeleid en internationaal georiënteerd zijn en werken als kenniswerker. Deze groep werkt in of voor bedrijven en organisaties zoals in 2.1 beschreven.

Waar komen de expats die in Nederland wonen vandaan? Expats uit landen van de Europese Unie hebben in Nederland geen werkvergunning nodig en worden niet centraal geregistreerd. Daarom weten we op basis van werkvergunningen alleen hoeveel expats er uit landen van buiten de EU in Nederland wonen. Chinezen zijn de grootste groep met een tewerkstellingsvergunning in 2004. Zij verdrongen de Amerikanen van de eerste plaats. In de sector wetenschap is de volgorde: Chinezen, Indiërs, Russen, Amerikanen. Exacte cijfers over het aantal expats in Nederland zijn dus niet voorhanden, maar volgens uitgever Bert van Essen van The Xpat Journal zou het in totaal om circa 150.000 hoogopgeleide, goedverdienende buitenlanders gaan (<http://www.fd.nl>).

2.3.1 Quality of Living

Welke eisen stellen internationale kenniswerkers aan hun woon- en werkomgeving, oftewel aan hun Quality of Living (QoL)? Onderzoeken vertonen geen eensluidend antwoord op deze vraag.

Salvesen en Renki (2002) geven aan dat recreatiemogelijkheden, culturele voorzieningen, het weertype gezien worden als elementen van QoL. Onder de paraplu van QoL komen daarmee elementen aan bod die te maken hebben met de (kwaliteit van) fysieke omgeving. Maar welke zijn dat? Het New Yorkse onderzoeksbureau Mercer heeft, naar eigen zeggen, een objectieve meetwijze ontwikkeld om de, wat zij noemen, Quality of Living voor expats te meten, gebaseerd op 39 criteria of factoren. Daarin staan onder het kopje 'Natural environment' het klimaat en het aantal natuurrampen genoemd. Onder 'Recreation' staan sport en recreatieactiviteiten. Mercer stelt in onze ogen terecht dat 'Life', het leven, een veelomvattend en subjectief begrip is en gebruikt daarom 'Living'. Quality of Living komt ongeveer overeen met het Nederlandse begrip kwaliteit van de leefomgeving, daarom geven wij ook de voorkeur aan 'Living' boven 'Life'.

Economist Intelligence Unit, een ander vermaard internationaal onderzoeksbureau, kent een QoL-index waarin negen groepen van factoren verwerkt zijn. Het is uit de omschrijving van de negen groepen factoren niet op te maken of de mogelijkheden voor openluchtrecreatie en de aanwezigheid van stedelijk groen er in opgenomen zijn.

In de populaire literatuur wordt regelmatig over de groene factoren van QoL geschreven. Een mooi voorbeeld is het Londense kwaliteitstijdschrift Monocle dat zich richt op de hoog opgeleide creatievelingen in de werelden van marketing, communicatie, design en architectuur. Sinds 2007 besteedt het blad elk jaar in het zomernummer uitgebreid aandacht aan QoL onder het motto 'Urban life can be perfect: here is how'. De reeks opent in 2007 met een manifest waarin op journalistieke wijze de factoren aan bod komen die er toe doen om de leefbaarheid van een stad te maximaliseren. In het manifest speelt de kwaliteit van het stedelijk groen en de openbare ruimte een belangrijke rol.

Verschillende instellingen vergelijken de QoL van steden. Zo staat Amsterdam bij Mercer in 2008 en 2009 onveranderd op nummer 13 met 105,7 punten. New York, de norm met 100, onveranderd op 49. Wenen

staat in 2009 op nummer 1 met 108,6 en Zürich, de nummer 1 van 2008, met 108 op nummer 2. Bij Economist Intelligence Unit staat Nederland in 2005 op plaats 16 met 7,433 punten op een schaal van 1 t/m 10. Ierland stond met 8,333 op de eerste plaats en Zwitserland op nummer 2. Monocle zette in 2007 München op nummer 1 en Kopenhagen op 2. In 2008 wisselden zij van plaats en in 2009 eindigde Zürich op 1 en Kopenhagen kwam op 2. In 2008 komt Amsterdam voor het eerst voor op nummer 18 en zakt in 2009 naar 21.

In QoL liggen belangrijke aanknopingspunten voor het uitwerken van de relatie tussen de groenblauwe omgeving en het vestigingsklimaat voor internationale kenniswerkers. Om daar meer zicht op te krijgen kijken we verder in de levensstijl van de kenniswerkers. Voor het voeren van een bepaalde lifestyle zijn specifieke voorzieningen nodig. Dus wat zijn de kenmerken van de levensstijl van expats en welke voorkeuren komen in beeld over de gewenste inrichting van de directe woonomgeving en de werklocatie? En wat zijn de wensen voor voorzieningen voor openluchtrecreatie?

2.3.2 Lifestyle van expats, de relatie tussen werken en wonen

Kenniswerkers, dus ook de expats waar wij het over hebben, kunnen door hun positie op de mondiale arbeidsmarkt eisen stellen aan de kwaliteit van de woon- en werkomgeving (Florida, 2003). In sectoren waarin de lonen laag zijn, zijn werknemers niet in die positie.

In de literatuur is geen samenhangend beeld van de levensstijl van expats te vinden. In de meeste onderzoeken komt slechts een enkel element aan bod. Van kenniswerkers wordt wel beweerd dat zij een hoge bereidheid hebben om te forensen en te reizen. Daardoor bepaalt de eigen regio niet meer de grenzen van de leefomgeving. Zo stelt Nyfer (2003) bijvoorbeeld vast dat ICT-ers meer forensen dan de gemiddelde Nederlander. De grotere forenstolerantie komt wellicht doordat veel ICT-ers voor hun werk tijdelijk gedetacheerd zijn bij opdrachtgevers, en dus toch al gewend zijn om veel te reizen.

2.3.3 Lifestyle van expats, woonlocatievoorkeuren

In de woonlocatiekeuze van expats spelen QoL-factoren een belangrijke rol (Kotkin, 2002, Florida, 2003). Analyse van demografische gegevens gekoppeld aan woongedrag brengt de woonlocatievoorkeuren aan het licht. Dit worden ook wel woonstijlen genoemd. Alleenwonende mensen geven de voorkeur aan een klein huis in een levendige omgeving terwijl families voor een vrijstaand huis in een rustige buurt kiezen. Maar dit is aan het verschuiven.

Als belangrijke factor binnen QoL voor kenniswerkers komt verder uit de internationale literatuur een voorkeur voor het grootstedelijk woonmilieu naar voren. Elementen uit die metropolitane woonomgeving zijn: stedelijke voorzieningen (theaters, cafés) en groene ruimtes zoals parken of natuurgebieden (Kotkin, 2000). Van Oort et al. (2003) vonden dat 65% van hun ondervraagde groep in of vlakbij het stadscentrum wil wonen, waarvan 36% vanwege de sociale en culturele voorzieningen. Echter 44% van de ondervraagden geeft aan dat een winkelcentrum in de buurt het stadcentrum kan vervangen. De commerciële stedelijke voorzieningen zijn voor deze mensen dus belangrijker dan de sociaal-culturele. Over welke voorzieningen het precies zijn, en wat de gewenste inrichting van de woonomgeving is, wordt in dit onderzoek niet gesproken.

Veel 'beta-creatievelingen' blijken traditionele woonwensen te hebben (Boer et al., 2005). Zij geven de voorkeur aan een introvert en huiselijk bestaan in een relatief prikkelarme omgeving, en prefereren een boswandelingetje boven theaterbezoek. Dat zou een klein dorp of een vrijstaande oude boerderij aantrekkelijk maken.

Leveling et al. (2005) onderzochten de woonsituatie van expats in Nederland. Uit hun enquête blijkt dat expats in grote lijnen tevreden zijn met hun woning en woonomgeving. Een aantal bedrijven besteedt de huisvesting van hun kenniswerkers uit het buitenland uit aan speciale ondernemingen. Als kwestie wordt genoemd het gebrek aan passende woningen. Er is weinig toegankelijk aanbod aan goedkope huisvesting voor minder verdienen (Chinezen) in huurwoningen of hotel of pensionaccommodatie. Voor de expats in de hoge inkomensklassen geldt het zelfde. Er is weinig aanbod van grote woningen met veel grote kamers en tuin rondom.

2.3.4 Lifestyle van expats, openluchtrecreatie en stedelijk groen

Welke rol stedelijk groen en openluchtrecreatie spelen in de levensstijl van expats komt in de literatuur meestal alleen zijdelings aan bod en mist een solide empirische basis. Wel komen in diverse studies elementen aan bod. Uit het onderzoek van Van Oort (2003) onder Nederlandse ICT-ers blijkt: 70% wil graag in de buurt van natuur wonen maar een park voldoet voor de meesten ook. Maar de studie geeft geen inzicht in de aard van het stadspark en het gebruik ervan voor (buiten) recreatie. 80% van de ondervraagden is bereid om vanuit het centrum meer dan 30 minuten te reizen om naar een natuurgebied te gaan. Wat het doel van de reis naar het natuurgebied is en welke activiteiten er uitgeoefend worden en welke voorzieningen daarvoor nodig zijn, blijft buiten beschouwing.

Volgens Andersson (1991) is 'landschap' voor werknemers van belang als onderdeel van een prettige woon- en recreatieomgeving. Een breed en kwalitatief goed woningaanbod, goede internationale scholen, en een gevarieerd winkelaanbod zijn volgens de ondervraagde (makelaars) echter belangrijker.

Leveling et al. (2005) onderscheiden twee groepen: alleenstaanden in de stad en gezinnen in de suburbs. Beide groepen ondervraagde personen waarderen de aanwezige voorzieningen in hun woonomgeving en onder andere het stedelijk groen. De alleenstaanden in de stad geven de voorkeur aan een buurt met sportvoorzieningen. Gezinnen in de suburbs kiezen voor rust en ruimte. De studie geeft aan het slot de suggestie om prettige woonmilieus voor expats te creëren, maar geeft niet aan welke factoren daarbij van belang zijn.

In december 2008 kwam het Grote groenonderzoek van de gemeente Amsterdam uit. Dit onderzoek is gebaseerd op een enquête onder een aselechte steekproef uit het bevolkingsregister van de stad (dit zijn dus alle Amsterdammers en niet speciaal kenniswerkers of expats). In het onderzoek wordt een explosieve groei van het gebruik (bijna 2 x zoveel in vergelijking met 1996) van de Amsterdamse parken beschreven. Vooral het Vondel- en Westerpark, beiden dichtbij het centrum van de stad, zijn populair bij hoger opgeleiden. Van de mensen met een eigen bedrijf in deze groep geeft 46% aan dat zij hun werklocatie bewust kozen dichtbij een park. Het onderzoek noemt ook een verschuiving van de traditionele parkactiviteiten als wandelen en zonnen en fietsen naar nieuwe activiteiten: lunchen en picknicken (24%), lezen (21%), studeren (6%) en werken (10%). En daarmee wordt het park dichtbij het centrum een 'third place', een plek waar de stadsbewoner zowel de vrije tijd doorbrengt als werkt.

2.3.5 Conclusies uit dit deel van het literatuuronderzoek

- Over de definitie van de 'expat' bestaat geen overeenstemming in de literatuur. Wij richten ons in deze studie op de groep hoog opgeleide, internationaal georiënteerde buitenlanders die tijdelijk in Nederland werken als kenniswerker;
- De QoL-factoren voor verschillende groepen kenniswerkers zijn divers en hangen samen met hun levensstijlen, lifestyles;

- Uit de literatuur komt geen empirisch onderbouwd beeld naar voren welke wensen kenniswerkers hebben als het gaat over het stedelijk groen en de openluchtrecreatiemogelijkheden.

2.4 Mondiale kenniseconomie en regionale ruimtelijke ontwikkeling

Het vestigen van een onderdeel van een internationaal bedrijf zorgt voor groei van de economie en welvaart van het land, een regio of een plaats. De DBI, de directe buitenlandse investeringen in Nederland (Engels: Foreign Direct Investment (FDI) bedroegen in 2008 667 miljoen euro en leverden 3.299 arbeidsplaatsen op (NFIA, 2009).

Dit onderzoek gaat over de relatie tussen het internationale ondernemersklimaat en de groenblauwe omgeving zowel in de stad als in het omringend landschap. Landschap vatten we ruim op, we volgen de definitie van de Europese Landschapsconventie (in ministeries van LNV en VROM, 2009): 'Een gebied zoals dat door mensen wordt waargenomen en waarvan het karakter bepaald wordt door natuurlijke en menselijke factoren en de interactie daartussen'. In deze studie hoort het stedelijk groen bestaande uit recreatiegebieden, stadsparken en buurtplantsoentjes er ook toe. Landschap is een ruimtelijk begrip en dus geografisch bepaald. Lang niet alle factoren uit het ondernemersklimaat hebben een ruimtelijke component. En op wereldschaal kijkend is het ondernemersklimaat in de landen in Noordwest-Europa in grote lijnen vergelijkbaar. Wil Nederland, voor het op peil houden van de welvaart, zoveel mogelijk kennisintensieve arbeidsplaatsen als directe buitenlandse investeringen verwerven, dan is het belangrijk om de concurrentie met de verschillende regio's in Europa aan te gaan.

2.4.1 Investeren in het onderscheidend vermogen

Zowel de landelijke overheid als de verschillende regio's doen hun best om internationale kennisintensieve ondernemingen te verleiden om zich in Nederland of in hun regio te vestigen. Naast het aanbieden van gunstige bedrijfseconomische en juridische voorwaarden kan een regio investeren in het verbeteren van de fysieke kenmerken en de infrastructuur. Nu de regio's van Europa wat betreft de regelgeving en sociaaleconomische omstandigheden steeds meer naar elkaar toegroeien, wordt het ontwikkelen van en investeren in het onderscheidend vermogen steeds subtieler.

De factoren waarop regio's zich nu proberen te onderscheiden zijn arbeidsklimaat, kennis en toeleveranciers en bereikbaarheid, gevolgd door woon- en leefklimaat en vestigingslocaties (Buck, 2005). Zo staat het investeren in QoL-factoren op het programma, zoals voorzieningen in de culturele sector, het aanbod van hoogwaardige recreatieve voorzieningen en het scheppen van aantrekkelijke woonmilieus. Regionale QoL-factoren kunnen het verschil maken op basis waarvan een onderneming, of een kenniswerker voor een bepaalde locatie kiest. Dus als een gebied zich op QoL-factoren positief weet te onderscheiden ten opzichte van de concurrenten, dan zal die regio succesvoller zijn in het aantrekken van DBI en daarmee de regionale economische basis versterken.

2.4.2 Investeren in QoL en creativiteit

Deze studie onderzoekt de betekenis die de factoren stedelijk groen en openluchtrecreatiemogelijkheden kunnen spelen in het onderscheidend vermogen van regio's. Al eerder gaven we aan dat QoL een containerbegrip is met een wisselende inhoud. De studie *The rise of the creative class* van Richard Florida werpt hier meer licht op. Florida houdt een pleidooi voor investeringen in de creativiteit en authenticiteit van de mensen in de eigen samenleving. Als het gaat om ruimtelijke componenten is zijn aanbeveling om te investeren

in de kwaliteit van de leefomgeving van de creatieve kenniswerker. Want juist in een omgeving die bestaat uit gemengde en kleinschalige binnensteden met stedelijk groen willen creatieve kenniswerkers leven. Dat is voor hen de ideale habitat.

2.4.3 Conclusies uit dit deel van het literatuuronderzoek

1. Het vestigen van een onderdeel van een internationaal kennisintensief bedrijf zorgt voor groei van de economie en welvaart van het land, een regio of een plaats;
2. Nu regio's binnen Europa steeds meer op elkaar gaan lijken kan QoL het verschil maken;
3. Als het gaat om ruimtelijke componenten van QoL dan is de aanbeveling (op basis van het werk van Florida) om te investeren in de habitat van de creatieve kenniswerker, dus in de ruimtelijke kwaliteit van de binnensteden en in het stedelijk groen;
4. In de literatuur zijn zo goed als geen aanwijzingen te vinden op welke wijze investeringen in het stedelijk groen en de recreatiemogelijkheden in de directe woonomgeving het beste plaats kunnen vinden.

3 Theoretisch kader over de relatie tussen vestigingsvoorkeuren van kenniswerkers en groen

In zijn boek *The rise of the creative class* koppelt Richard Florida de mondiale processen in de wereldeconomie aan regionale economische ontwikkeling in de Verenigde Staten van Noord Amerika (USA). En hij gaat verder en zoomt in op het schaalniveau van de plek: place making. Op dit uiterst locale schaalniveau ligt de opgave van de (landschaps)architect, stedenbouwkundige en projectontwikkelaar. Zijn theoretisch kader, dat Florida de Creative Capital Theory noemt, is daarmee een goed uitgangspunt voor het vervolg van dit onderzoek. De gedachtegang van de Creative Capital Theory is dat regio's waarin veel mensen wonen en werken in creatieve beroepen economisch succesvoller zijn dan de regio's waar de primaire (landbouw, visserij, mijnbouw), secundaire (maakindustrie) of tertiaire sector (diensten, zoals geleverd door winkels, horeca, theaters, kappers, zakelijke dienstverleners, advocaten en ICT-bedrijven) dominant zijn. Om in de gedachtegang van de Creative Capital Theory thuis te raken besteden we er extra aandacht aan.

3.1 De opkomst van de creatieve klasse

Volgens Florida zorgde de creatieve klasse in 2002 voor 1/3 deel van het totaal aan arbeidsplaatsen in de VS en dat aandeel stijgt ondanks economische crises (p. XXIII). Florida ziet de opkomst van de creatieve klasse vanaf 1980 en daarmee van de kennissector als een grote structurele economische, sociale en culturele verandering zoals de opkomst van de landbouw in de prehistorie, de industriële revolutie in de 19^e eeuw. Langzaam verandert de institutionele samenleving van na de Tweede Wereldoorlog (p. 57-66) ingrijpend. De Creative Capital Theory heeft een interdisciplinaire opzet en geeft een samenhangende verklaring voor de psychologische, economische, culturele, maatschappelijke en ruimtelijke veranderingen van de afgelopen dertig jaar. Volgens Florida is de cultuur van de creatieve klasse de drijvende kracht achter die veranderingen. En die cultuur is onlosmakelijk verbonden met de technologische ontwikkelingen van computers en het internet en dus van de kenniseconomie (zie p. 202).

Florida's creatieve klasse omvat iedereen die in zijn werk voornamelijk met zijn hoofd werkt (p. 328) en meestal een universitaire opleiding heeft. Hoewel Florida zowel in de definitie van de creatieve klasse als in zijn statische onderbouwingen geen leeftijdscriterium opneemt stelt hij dat juist jonge mensen, 'in their twenties' (p. 295) belangrijk zijn. Ook gaan de meeste voorbeelden over studenten en pas afgestudeerden. Op welke wijze de werkers in primaire sector van de landbouw en de mijnen, hoogovens en andere basisindustrieën opgenomen kunnen worden in de creatieve klasse doet Florida geen uitspraak. Wel ziet hij in dat zijn analyse alleen geldt voor de ontwikkelde westerse samenlevingen waarin in de basisbehoeften van Maslow is voorzien.

Het werk van de creatieve klasse zorgt voor veel grotere economische meerwaarde dan dat van de traditionele arbeiders, mensen in de dienstverlening of de primaire sector. Dus vooral de steden en regio's waar de creatieve klasse wil leven zullen zich economisch en maatschappelijk ontwikkelen. Dat zijn andere steden en regio's dan waar de traditionele industrie- en dienstensectoren te vinden zijn (p. 281). Uit statistische vergelijkingen van gegevens van Amerikaanse steden blijken drie meetbare factoren doorslaggevend te zijn voor het economische succes van een stad of regio. Bij de factor 'Talent' gaat het niet over het traditionele 'human capital' dat het aantal mensen weergeeft met een hogere opleiding, maar om het aantal werkers in de

bovenstaande creatieve beroepen. 'Technology' bestaat uit twee indexen waarin de innovatiekracht van regionale industrie uitgedrukt wordt. Bij de factor 'Tolerance' gaat het om de mate waarin de regio in staat is om bijzondere mensen zoals homoseksuelen, kunstenaars en migranten - die in staat zijn nieuwe ideeën te ontwikkelen - weet aan te trekken en op te nemen.

Het boek eindigt met het 'Memphis Manifesto', opgesteld op een bijeenkomst gehouden in 2003 waarin honderd sleutelfiguren uit de creatieve klasse uit voornamelijk Noord Amerika aanwezig waren. Dit manifest geeft in kort bestek de strekking van het boek weer waarin het ontwikkelen van de persoonlijke creativiteit van ieder mens het leidend principe is. Het manifest doet aanbevelingen aan iedereen die de regionale ontwikkeling van een stad een warm hart toedraagt. Aan de hand van de drie T's geeft het manifest aan waarin een regio het beste geld en menskracht kan investeren om zo goed mogelijk aan te sluiten bij de wensen van de creatieve klasse. Hier ligt ook een maatschappelijke opgave. Als mensen uit de andere klassen aansluiting weten te vinden bij de creatieve klasse zal dit hen helpen om een betere maatschappelijke positie te verwerven. Het merendeel van de suggesties gaat over investeringen in de culturele en maatschappelijke sector waarbij creativiteitsontwikkeling van individuele mensen steeds centraal staat. Als het gaat om investeringen in de fysieke ruimte zijn de aanbevelingen van Florida: betaalbare ruimte, levendige buurten, hoge dichtheden, publieke ruimte en restruimten. Besteed vooral aandacht aan de ruimtelijke kwaliteit van gebouwen, de openbare ruimte en met name het stedelijk groen. Wijs eenzijdigheid en het scheiden van functies af, verwijder blokkades en verbind. En wees in de vormgeving authentiek en focus op de unieke kwaliteiten van de stad of regio.

3.2 De cultuur, normen en levensstijl van de creatieve klasse

De cultuur, normen en waarden van de creatieve klasse bepalen volgens Florida steeds meer de maatschappelijke ontwikkelingen. Vanuit de kenmerken van het creatieve werk beschrijft Florida de overgang van de institutionele samenleving naar de creatieve samenleving. Omdat deze diepliggende culturele verschuiving langzaam verloopt maakt Florida gebruik van het begrip 'The Big Morph'. Hierin maakt de institutionele samenleving plaats voor de creatieve. De normen en waarden die bepalend zijn voor grote bedrijven en instellingen zoals zekerheid, conformisme, arbeidsdeling, hiërarchie en materieel bezit staan onder druk.

De creatieve cultuur wordt langzaam aan dominant in de westerse samenlevingen en verdringt steeds meer de cultuur van de institutionele samenleving. In deze cultuur gaat de strenge protestantse werkethiek onlosmakelijk samen met de op het persoonlijk genieten gerichte ethos van de bohemien. In de creatieve cultuur spelen de volgende factoren een belangrijke rol: individualiteit, meritocratie (waarin de positie van elk individu is gebaseerd op zijn of haar verdiensten of merites), diversiteit en openheid.

Met een levensstijl of lifestyle geven leden van subculturen hun leven vorm in hun bezigheden, manier van met elkaar omgaan, wijze van kleden, de keuze van de spullen om hen heen zoals inrichting van huis en tuin en auto. Een lifestyle is gebaseerd op geloof, politieke overtuiging, werkomgeving, sport of andere vrijetijdsbesteding (Wikipedia). De levensstijl in de creatieve klasse is een uiting van hun cultuur. Uit de bovengenoemde normen en waarden en de kenmerken van het creatieve productieproces destilleert Florida de stijl van leven van de creatieve klasse. Hoewel individualiteit een belangrijke rol speelt gaat het om een groepering van mensen, die gemeenschappelijke kenmerken laten zien (p. 13). Voor dit onderzoek zijn de volgende elementen van belang:

- De individualiteit uit zich door informele kledingcodes op het werk, op straat, in de vrije tijd en privé (p. 118). Die informele sfeer is ook van belang bij de vormgeving van de directe woon- en leefomgeving. Opvallend is dat muziekstijlen daarbij een belangrijke rol spelen.

- Het elkaar ontmoeten vindt vaak plaats ‘op het eerste gezicht’ Goed overkomen en een aantrekkelijk lichaam hebben is daarom belangrijk. Fit zijn door gezond te eten en drinken en weinig te roken, in de sportschool aan een perfect lichaam te werken en versieringen als piercings en tattoos zijn dus niet alleen van belang om de eigen individualiteit (‘bohemienkant’) te benadrukken (p. 176). Dit vraagt om goede voorzieningen en plekken om elkaar ‘voor het eerst te ontmoeten’ in de directe leefomgeving;
- Voor mensen in de creatieve klasse is werk heel belangrijk voor hun identiteit. Ze werken graag (p. 120) en, gezien het projectmatige karakter, bij vlagen hard met een flexibele tijdsindeling waarbij een persoonlijke combinatie van werk- en met privébezigheden bovenaan staat (p. 100). Hiervoor is het van belang dat de locaties voor werk- en de verschillende privébezigheden aantrekkelijk zijn en niet te ver uit elkaar liggen;
- Creatieve werkers zien zichzelf als een ondernemer met eigen persoonlijke verantwoordelijkheden ook al zijn ze in dienst van een grote firma. De inrichting van de werkruimten laat die horizontale en open organisatiestructuur van de ondernemingen zien en de creatieve werkers willen dat dan ook in de inrichting van hun woonomgeving terug kunnen vinden;
- Kenmerkend voor de mensen uit de creatieve klasse is dat tijd een schaars iets is. Zij zijn altijd op zoek naar nieuwe, snelle en kortdurende ervaringen. Werk en ontspanning lopen door elkaar heen in kleine en grote blokken. In een creatief bedrijf is dus ruimte voor overwerk en ontspanning, zijn woon- ontspannings- en werkplekken niet ver van elkaar en zijn ze het liefst dag en nacht bereikbaar;
- De nadruk ligt niet op de ‘consumption of goods’ maar op de ‘consumption of experiences’. Dus creatieve werkers pronken niet met een groot huis of dure auto, maar met een inspirerende plek om te wonen en de belevenissen tijdens een spannende reis naar authentieke plekken vol belevenissen;
- Creativelingen zijn in hun vrije tijd fysiek actief. Dit is een gevolg van het werken met het hoofd, vaak achter een computer, dat juist weinig of geen lichamelijke inspanning vraagt. Individuele sporten die fysiek uitdagend zijn zoals hardlopen en fietsen hebben de voorkeur, waarbij het persoonlijk presteren van belang is. Het uitdagende karakter komt terug in de populariteit van extreme en duursporten zoals raften, en bergbeklimmen en paragliden (p. 171-174).

Florida maakt vervolgens gebruik van een denkwijze die uit de ecologie stamt. Hij stelt dat mensen uit de creatieve klasse een herkenbare ‘soort’ zijn met bijzondere eigenschappen (lifestyle) die het best gedijen in een bepaalde ‘habitat’. Organisaties die op zoek zijn naar creatieve werkers doen er dus goed aan om zich aan dit mechanisme aan te passen en zich te vestigen op plekken met een sociaal, cultureel en ook ruimtelijk gunstige habitat voor hun potentiële werknemers. En stads- en regiobesturen die de economisch lucratieve creatieve industrie binnen hun grenzen willen krijgen moeten er alles aan doen om dat klimaat, die habitat te realiseren.

3.3 De habitat van de creatieve kenniswerker

Deze studie gaat over ruimtelijke factoren, dus we nemen hierbij de fysieke kant van de leefomgeving als uitgangspunt. Factoren als de economische, juridische en organisatorische zetten we op de achtergrond. Florida vertelt dat de individualiteit en creativiteit de belangrijkste factoren zijn in de levensstijl van de creatieve klasse. Die eigenschappen willen mensen terugvinden in hun woon- en werkomgeving en zij zoeken die woon- en werkomgeving bewust op. Daar ligt ‘the power of place’ (p. 215). Welke ruimtelijke factoren zijn bepalend voor de habitat, het klimaat van creatieve centra?

Mensen uit de creatieve klasse gedijen het beste in een leefomgeving met een overweldigend en kwalitatief hoogwaardige aanbod van voorzieningen en belevenissen in een grote diversiteit en toegankelijkheid voor alle aspecten van het leven (p. 218). De ruimtelijke kwaliteiten die hierbij van belang zijn sluiten aan op de lifestyle-kenmerken. Die kenmerken wijzen de weg naar de stad en dan vooral metropolitaanse centra. Florida werkt dat verder uit door de klassieke studie ‘The Death and Life of Great American Cities’ uit 1961 van Jane Jacobs aan te halen. Daarin doet zij een pleidooi voor de grootstedelijke straat waarin mensen van allerlei kleur, klasse

en beroep naast en door elkaar heen wonen. Waar winkels, cafés, werkplaatsen en ateliers te vinden zijn. Waar groene plekken, kleine theaters, terrassen en brede trottoirs het elkaar ontmoeten van het wandelend publiek mogelijk maken.

3.4 Creatieve openluchtrecreatie en stedelijk groen

De wijze waarop de creatieve klasse met de sociale context van het werk omgaat lijkt op dat van de vrijwilliger, terwijl de betrokkenheid bij de fysieke leefomgeving lijkt op die van de toerist (p. 215). Als het gaat om het doorbrengen van vrije tijd (leisure) dan valt op dat de voorkeur uitgaat naar het opdoen van steeds nieuwe ervaringen waarbij lichamelijke uitdagingen een belangrijke rol spelen. Dit in tegenstelling tot de traditionele arbeider die vooral fysieke arbeid verricht. Waarschijnlijk heeft dit te maken met het compenseren van het werken met het hoofd. Deze leisure-belevissen en -plekken moeten de individualiteit van het creatieve karakter reflecteren en dienen dus op de persoon gericht te zijn en niet op de massa. Zij dienen authentiek te zijn en niet bepaald door een wereldwijd concept zoals de pretparken of hamburgerketens. Dus niet virtueel maar 'hartverscheurend echt' (p. 166).

Als het gaat om activiteiten ziet hij, op basis voorlopige gegevens, dat bij kenniswerkers de volgende activiteiten meer populair zijn dan gemiddeld: duiken, skiën, reizen, tennis, joggen, zeilen, wielrennen. Opvallend is dat het vooral gaat om individuele sporten (p. 175) die op een eigen wijze beoefend kunnen worden. Naar sport kijken is juist minder populair maar alles om fit te blijven juist wel. Golf is niet zo populair want dat vraagt nogal wat tijd en die is voor de creatieveling schaars.

3.5 Conclusies uit dit deel van het onderzoek

1. De Creative Capital Theory koppelt de mondiale processen in de wereldeconomie aan regionale economische ontwikkeling en zoomt in op het schaalniveau van de plek, place making, dus op de ruimtelijke QoL-factoren als openluchtrecreatiemogelijkheden en stedelijk groen;
2. De Creative Capital Theory ziet creatieve kenniswerkers als een speciale 'soort' die zich vestigt in leefomgevingen, habitats, die aansluit bij de soortkenmerken of lifestyle;
3. De lifestyle of levensstijl van de creatieve klasse, zoals omschreven door Richard Florida, kent, als het gaat om openluchtrecreatiemogelijkheden en stedelijk groen, een zwakke empirische basis;
4. De theorie geeft een aantal concrete aanwijzingen om invulling te geven aan verder onderzoek naar de wensen van kenniswerkers voor hun habitat waaronder openluchtrecreatiemogelijkheden en stedelijk groen;
5. De leefomgeving of habitat waarin de creatieve - of kenniswerker zich thuis voelt reflecteert zijn cultuur en heeft de volgende ruimtelijke kenmerken: informeel, plaats voor muziek, mogelijkheden om elkaar individueel te ontmoeten, fysiek uitdagend en aantrekkelijk, aandacht voor individuele sportbeoefening, flexibel te gebruiken, altijd toegankelijk, makkelijk bereikbaar vanuit huis en werkplek, biedt rust, kent een grote variatie aan vormen van gebruik, heeft verschillende stijlen in vormgeving, is authentiek en bijzonder;
6. De wijze waarop leden van de creatieve klasse het landschap beleven is, vanuit hun specifieke cultuur, vaak 'snel'. Nu gaan de veranderingsprocessen in de natuur, het landschap of stadspark nogal traag en zijn niet vernieuwend. Hoe deze tegenstelling te overbruggen is in inrichting en vormgeving van het stedelijk groen in de toekomst, is een onderwerp voor vervolgonderzoek.

4 Analyse van inzichten en beleid

In dit hoofdstuk geven we een globaal overzicht van de beleidsinzichten van de verschillende overheden op drie schaalniveaus: Europees, nationaal en regionaal. Daar besteden we extra aandacht aan in de drie case study gebieden: Metropoolregio Amsterdam, Haaglanden en de Stadsregio Eindhoven.

4.1 Europees

In de 'Lissabonstrategie' uit 2000 geeft de Europese Unie aan dat zij voor de ontwikkeling van welvaart en welzijn in de toekomst in wil zetten op de kenniseconomie. Deze sector heeft een historisch sterke basis in de stedelijke samenlevingen van Europa. Kennisintensieve bedrijven en instellingen kenmerken zich door hoge inkomens voor de werknemers; zij doen weinig aanslag op het milieu. De kennissector biedt daardoor een goede uitgangspositie om de concurrentie aan te gaan met de opkomende economieën als China, India en landen in Zuidoost-Azië. De EU wil dat Europa in 2010 de meest kennisintensieve economie van de wereld zal zijn.

4.2 Nationaal Nederlands buitenlands economisch beleid

Kernpunten van het beleid van het ministerie van Economische Zaken (EZ) om buitenlandse investeringen aan te trekken zijn (website EZ, 2009):

- acquisitie in meer landen: nieuwe acquisitiekantoren in China en India. Onderzoek doen naar mogelijkheden in Maleisië, Singapore en het Midden-Oosten;
- pro-actieve aanpak: economische sectoren waarin Nederland sterk is gericht onder de aandacht brengen bij potentiële buitenlandse investeerders;
- stimuleren van uitbreidingsinvesteringen: buitenlandse bedrijven die hier al gevestigd zijn, aanmoedigen hun activiteiten in Nederland uit te breiden;
- werven van kennisgerichte activiteiten: meer investeringen van buitenlandse onderzoekcentra aantrekken;
- Nederland sterker profileren in het buitenland: een aantrekkelijk imago neerzetten.

Dit beleid heeft dus geen ruimtelijke component; het gaat vooral om lobbyen en profileren; ruimtelijke ingrepen liggen op het terrein van andere ministeries. Wel wijst EZ op knelpunten in de weginfrastructuur.

4.3 Nationaal ruimtelijk beleid: Nota Ruimte

De economische ontwikkeling staat in de Nota Ruimte (ministerie van VROM, Den Haag, 2004) van de regering hoog aangeschreven. De twee eerste van de vier doelen van het landelijk ruimtelijk beleid zijn voor dit onderzoek van belang:

1. Versterken van de internationale concurrentiepositie van Nederland;
2. Bevorderen van krachtige steden en een vitaal platteland.

Voor het eerste doel is de nota 'Pieken in de Delta' van het ministerie van Economische zaken de uitwerking. Voor het tweede doel zijn in het kader van deze studie de Nationale landschappen en Rijksbufferzones en 'Mooi Nederland' als beleidsmatig aanknopingspunten van belang. De Nota Ruimte benoemt ruimtelijke kwaliteiten.

De eigenschappen van de processen die aan de kwaliteiten ten grondslag liggen zijn reproductie, behoud, traag, lange termijn. In de (bedrijfs)economie gaat het om productie, snelheid, veranderen en korte termijn. Dit zijn tegengestelde eigenschappen.

Over de transformatie van voormalige rijksbufferzones en het scheppen van ruimte voor dagrecreatie meldt de Nota Ruimte het volgende: Aanbod van voldoende groene ontspanningsmogelijkheden is echter belangrijk voor de leefbaarheid, het welzijn en de gezondheid van bewoners en voor de economische concurrentiepositie (zie paragraaf 2.3.2.7 van de Nota Ruimte). Het Rijk legt de verantwoordelijkheid voor de uitwerking van deze doelen bij de provincies en de lokale overheid. Het Rijk ziet voor zichzelf een stimulerende rol, ook in financiële zin. Op 2 juli 2007 heeft de ministerraad besloten om de financiële middelen voor de uitvoering van de Nota Ruimte in te zetten in 23 gebiedsopgaven. Ook onze drie case study gebieden profiteren daarvan: in Metropoolregio Amsterdam: Westelijke Veenweiden: 113 miljoen euro, in Haaglanden: Scheveningen Boulevard (onderdeel van Den Haag internationale stad): 10,8 miljoen euro, Transitie Greenports met onder andere het Westland (versnellingsproject): 33,1 miljoen euro en in de Regio Eindhoven: A2 zone Zuidelijke aansluiting: 6,8 miljoen euro.

4.4 Nationaal economisch binnenlands beleid: Pieken in de Delta

Met de nota 'Pieken in de Delta' (ministerie van Economische Zaken, Den Haag 2004) geeft het kabinet een uitwerking van de nota ruimte met een nationale ruimtelijke strategie voor economische ontwikkeling. In de nota staat op welke wijze de regering met een gebiedsgerichte economische agenda bij wil dragen aan de ambitie van de Europese Lissabon-doelstellingen om van Nederland een concurrerende en dynamische economie te maken. Nederland met de Randstad concurreert met grootstedelijke regio's in Europa zoals met Greater London, Ile-de-France, de driehoek Antwerpen-Brussel-Gent en het Rijn-Ruhrgebied. Daarvoor is het versterken van het algemene Nederlandse vestigingsklimaat noodzakelijk want de vestigingsfactoren zijn de afgelopen jaren slechter geworden. Ruimtelijk gaat het om de steeds slechtere bereikbaarheid over de weg (files) en het gebrek aan kwalitatief hoogwaardige woon- en werkmilieus.

Een aantrekkelijk vestigingsklimaat bestaat ruimtelijk dus uit de fysieke infrastructuur en aantrekkelijke woon- en werkgebieden met een hoge score op QoL. Het kabinet kiest voor een gebiedsgericht innovatiebeleid en onderscheidt daarbij zes regio's ieder met een eigen karakter. Voor ieder gebied is maatwerk nodig om de potenties goed tot ontwikkeling te laten komen en de problemen op te lossen. De door ons gekozen case study gebieden: Noord- (Amsterdam) en Zuidvleugel (Haaglanden) van de Randstad en Brainport (Eindhoven) overlappen met die zes.

4.5 Structuurvisie Randstad 2040

In september 2008 stelde de Ministerraad de 'Structuurvisie Randstad 2040' vast. Deze visie wil richtinggevend en integraal beleid formuleren voor de toekomst van de Randstad als geheel. Het doel is om een duurzame en economisch concurrerende Europese topregio te worden. De visie kwam uit in de periode dat de enquête naar gebruik, beleving en waardering van de stedelijke groene ruimte en de openluchtrecreatiemogelijkheden van expats gehouden werd. De visie kiest in grote lijnen de door ons gekozen invalshoek voor dit onderzoek. De visie combineert de drie pijlers van duurzame ontwikkeling 'Planet, Profit, People' met de Creative Class Theory van Florida (zie hoofdstuk 3). In hoofdstuk 2 'Krachten en opgaven' besteedt de visie dan ook uitgebreid aandacht aan het ecologisch, economisch en sociale 'venster'. De visie pleit voor benutten van de unieke Hollandse landschappen, het kwalitatief verbeteren van de woon- werk en verblijfsmilieus, goede bereikbaarheid en 'een gezond leefklimaat en groen voor ontspanning en recreatie in en om de steden' (p. 14).

De 'Structuurvisie Randstad 2040' benadrukt het belang van een hoog kwalitatief 'daily urban systems' en QoL. (p. 29, p. 39) of te wel leefklimaat als belangrijke vestigingsfactoren voor kennisintensieve organisaties en kenniswerkers (p. 40). In het licht van deze studie zijn punten als: Het realiseren van 'met name groenstedelijke en centrumstedelijke' woonmilieus aan de orde. En ook de toegankelijkheid en de ruimtelijke en leefkwaliteit rondom de steden' laat te wensen over (p. 59). De visie kiest voor twee ruimtelijke strategieën: 'om water, natuur en landschap (...) sterker te verbinden met de opgaven op het gebied van klimaatbestendigheid, economie en verstedelijking' en om 'bestaande en nieuwe netwerken van infrastructuur beter te verbinden met de verstedelijkingsopgave' (p. 71). De uitkomsten van de enquête in deze studie kunnen helpen deze twee strategieën verder uit te werken.

4.6 Case study gebieden

Uit een eerste globale verkenning kwamen als vestigingsplaatsen voor kennisintensieve bedrijven en instellingen in Nederland twee gebieden in het zicht: Metropoolregio Amsterdam en de Stadsregio Eindhoven. In Amsterdam en omgeving zijn de meeste internationale kennisbedrijven te vinden. De regio Eindhoven trekt veel buitenlandse technologie-ondernemingen aan. De regio Eindhoven is aantrekkelijk voor onze studie, omdat er een ander type bedrijven naar toetrekt dan naar Amsterdam. En Eindhoven heeft ook een ander profiel voor QoL. Waar het in Amsterdamse accent ligt op cultuur, ligt dat in Eindhoven meer op natuur. Door een strategische alliantie en met budget van het Europese onderzoekproject PLUREL is ook de regio Haaglanden bij de studie betrokken. Den Haag en omgeving is interessant omdat zich daar vooral internationale gouvernementele organisaties gevestigd zijn en de gemeente zich profileert als 'Capital of Law and Justice'.

4.6.1 Metropoolregio Amsterdam

De regio Amsterdam heeft het meest internationale karakter van Nederland. Hier zijn de meeste buitenlandse bedrijven gevestigd, hier woont het merendeel van de expats, worden de meeste internationale beurzen, congressen en festivals gehouden en komen de meeste buitenlandse toeristen. Naast historische redenen zijn de luchthaven Schiphol en de internethub in de Watergraafsmeer de belangrijkste redenen hiervoor. De stad ligt aan het IJ met in het noorden en zuiden het veenweidegebied van Waterland en het Groene Hart.

Volgens de Nota Ruimte behoort Amsterdam tot het stedelijk bundelgebied van de Noordvleugel van de Randstad. Belangrijke elementen uit de Nota Ruimte voor deze studie zijn de Luchthaven Schiphol als Mainport, de Zuidas en Amsterdam Zuidoost als belangrijke bedrijfsvestigingslocaties. Amsterdam is de stad die zich in Nederland het meest kan beroepen op een kosmopolitische cultuur (ref.). Volgens de nota Pieken in de Delta moet deze regio zich richten op de internationale zakelijke dienstverlening en de logistiek. Voor verbeteringen zijn vatbaar de bereikbaarheid van de locaties (files) en de beschikbaarheid en kwaliteit van de terreinen. De gemeente, Kamer van Koophandel, de luchthaven, de provincie en tal van andere organisaties voeren een actief beleid om als 'Metropoolregio Amsterdam' internationals aan zich te binden. Eén van de nieuwe initiatieven is om samen te werken aan het verbeteren van de QoL speciaal voor expats. Openluchtrecreatiemogelijkheden en het stedelijk groen staan op de agenda bij het ontwikkelen van de komende ruimtelijke Structuurvisie van de stad.

In april 2007 bracht de OESO het rapport 'Territorial Reviews: Randstad Holland, The Netherlands' uit. De opdrachtgever is de Regio Randstad. De Regio (een samenwerking van twaalf overheden) heeft als doel onder andere de versterking van de internationale concurrentiepositie van de Randstad. De ambitie is dat de Randstad in 2015 tot de top vijf van Europa behoort. Nu is de Randstad een middenmoter op de lijst van 20 stedelijke regio's. Naast Londen en Parijs komen Stockholm, Kopenhagen en Dublin sterk naar voren.

De OESO doet aanbevelingen tot verbetering. De belangrijkste met een ruimtelijke component zijn:

1. Gebruik de policentrische stedelijke structuur met de nabijheid van natuurlandschappen. Deze kansen worden nu te weinig benut;
2. Files komen veel voor door het relatief grote gebruik van de auto en onderontwikkeling van het openbaar vervoer. Los het fileprobleem op door de kilometervergoeding alleen in de Randstad in te voeren (en veel eerder dan 2012!). En investeer in kwaliteit, capaciteit, dekking en frequentie van openbaar vervoer;
3. Los de onevenwichtige woningmarkt op. 60% van het aanbod is geschikt voor mensen met lage inkomens die 35% van de bevolking vormen. Sta hoogwaardige woningbouw op marginale landbouwgrond meer toe en vergroot de recreatiemogelijkheden van het Groene Hart;
4. De bedrijventerreinen missen variëteit en kwaliteit om aantrekkelijk te zijn voor buitenlandse bedrijven. Om dit te veranderen zouden gemeenten bij de uitgifte van terreinen gestimuleerd moeten worden om te concurreren op kwaliteit in plaats van prijs. Meer invloed van marktpartijen is nodig bij het ontwikkelen van terreinen en de verantwoordelijkheid voor de terreinen kan beter liggen bij de regio's in plaats van de gemeenten;
5. Het Grote Stedenbeleid zou ook gericht moeten worden op economische ontwikkeling en onderdeel moeten vormen van een integraal regionaal beleid.

4.6.2 Haaglanden

Den Haag profileert zich met de slogan 'Capital of Law and Justice' en is daarmee in concurrentie met Wenen en Genève. In de stad is een aantal grote internationale gouvernementele organisaties te vinden; de stad biedt onderdak aan een aantal hoofdkantoren van multinationals. In de regio Haaglanden ligt Delft, met de Technische Universiteit, als een knooppunt. Westland-Oostland is een Green Port en heeft een sleutelpositie in de productie en internationale handel in tuinbouwproducten. De regio ligt in de Zuidvleugel van de Randstad en aan de kust met een breed strand en duinenrij. In het oosten grenst Haaglanden aan het veenweidegebied van het Groene Hart.

De Nota Ruimte wil het woon- en leefklimaat van de steden in de Zuidvleugel van de Randstad verbeteren door het aanbieden van voldoende sport-, recreatie- en ontspanningsmogelijkheden in en om de stad. Het herstructureren van de Scheveningse boulevard is als onderdeel van 'Den Haag internationale stad' en het deelproject 'Mooi en vitaal Delfland' opgenomen als voorbeeldproject.

De nota Pieken in de Delta onderkent dat de Zuidvleugel meer is dan alleen de Rotterdamse haven en noemt Den Haag als centrum van zakelijke dienstverlening, de publieke sector en internationaal juridische organisaties. De nota ziet het versterken van de stedelijke economie als belangrijkste doel.

Het 'Regionaal Structuurplan 2008' van Haaglanden wil de positie als centrum van 'Law and Justice' versterken en onderkent dat het verbeteren van het vestigingsklimaat voor bedrijven, organisaties en individuele personen belangrijk is. Haaglanden streeft naar een voldoende aanbod van goede woningen in verschillende categorieën en vooral in duurdere groene woonmilieus. Daarnaast zijn voldoende mogelijkheden voor openluchtrecreatie en het aanbod van stedelijk groen van belang. Het plan noemt drie gebiedsontwikkelingen:

1. Het uitbouwen van de Internationale Zone en in het bijzonder het World
2. Forum in Den Haag tot hart van de World Legal Capital;
3. Een internationaal profiel voor Nieuw Binckhorst;
4. Doorgroei van het Technologisch Innovatief Complex in Delft.

De gemeente Den Haag legde zijn visie vast in de nota 'Wereldstad aan Zee'. Daarin beschrijft het stadsbestuur de Internationale Zone die loopt vanaf Kijkduin in het zuiden tot aan Wassenaar in het noorden. In deze zone wil Den Haag de internationale organisaties concentreren en de woonmilieus voor expats realiseren. Door deze

bundeling hoopt de gemeente de investeringen voor de te nemen kwaliteitsslag te kunnen concentreren. Daarnaast is het aanpassen van het stedelijk weefsel aan de hoge veiligheidseisen van de internationale organisaties dan eenvoudiger. Opvallend is dat 'Nieuw Binckhorst', één van de drie ontwikkelingsgebieden van de regio Haaglanden, niet in de Internationale Zone van de gemeente ligt.

IOSA-NL (2005) onderzocht hoe expats in Den Haag tegen het leven in Nederland aankijken. Een belangrijke uitkomst is dat 77% geïnteresseerd is om door hun organisatie overgeplaatst te worden naar een andere standplaats en zich dus niet aan Den Haag verbonden voelt. De belangrijkste reden om te willen vertrekken is het Nederlandse gematigde klimaat. Verder worden het sociaal-culturele klimaat en (het niet goed functioneren van) allerlei voorzieningen op het gebied van gezondheidszorg en onderwijs genoemd. Ruimtelijke componenten heeft 'housing' op nummer 4. Waardering voor de mogelijkheden voor fietstochten in Nederland is er overigens wel. Volgens de respondenten vragen de verslechterende relatie met de autoriteiten en milieuvervuiling om aandacht. Bij redenen om in Nederland te blijven staat 'family' op nummer 1 en 'housing' op 3.

4.6.3 Stadsregio Eindhoven

Het Nationale Landschap 'Het Groene Woud' ligt in Noord-Brabant en ligt tussen de stedelijke bundelgebieden met 'Brainport Eindhoven, Den Bosch en Tilburg als belangrijkste steden. De verantwoordelijke organisaties lukt het om deze 'Brabantstad' populair te maken bij bedrijven uit met name (Zuidoost-) Azië. Samen presenteren de steden zich als 'Brabantstad'. Philips is als multinational technologisch bedrijf zonder twijfel een belangrijke peiler waarop het internationale vestigingsklimaat van 'Brainport Eindhoven' stoelt. Daarnaast zijn de goede samenwerking tussen gemeenten, provincie en private partijen van belang. De Brabantse Ontwikkelings Maatschappij (BOM), steden en dorpen rond het 'Groene Woud' noemen hun gemoedelijke sfeer positief. Het 'Groene Woud' is een voorloper op het gebied van het investeren van bedrijfsleven in het landschap.

De Nota Ruimte wil in 'Brainport Eindhoven' in relatie met Nationaal Landschap Groene Woud de ontwikkeling van een hoogwaardig woon- en werkmilieu versterken. De stadsregio heeft een ontwikkelingsvisie voor de gehele A2-zone vastgesteld. Concreet gaat het om maatregelen zoals aansluitende en verbindende infrastructuur, om ontwikkeling en herstructurering van bedrijventerreinen, impulsen in de openbare ruimte en groene verbindingen tussen stad en omliggende natuur en platteland.

Volgens Pieken in de Delta moet Brainport Eindhoven zich richten op hoogwaardige technologische industrie. Ruimtelijke verbeteringen die van belang zijn: het verbeteren van het woonklimaat voor (internationale) kenniswerkers en de doorstroming op de A2 als landelijke kenniscorridor. De Nota Ruimte benoemt als kernkwaliteiten van het 'Groene Woud': het groene karakter, kleinschalige openheid en het samenhangend complex van beken, essen, kampen, bossen en heides.

Twee publicaties vallen in het kader van deze studie op in Brainport Eindhoven: Hauben et al. (2007) en Juurlink + Geluk (2007). Hauben et al. geven ruimtelijke scenario's voor Brainport. Hun studie is een ideeënstudie voor de ruimtelijke randvoorwaarden ter versterking van de kenniseconomie toegespitst op Zuidoost-Brabant. Deze verkennende studie is gebaseerd op professionele observaties, gesprekken met stakeholders en desk research. De notities zijn met bronnen onderbouwd maar niet wetenschappelijk onderbouwd. Zij gaan er van uit dat de technicus (beta) een andere creatieveling is dan de alfa en de gamma. De technici voelen zich minder thuis in de stedelijk cultuur met uitgaan en stappen. Beta's houden van groen en rust, traditioneel woonmilieu, suburbaan, introvert, wandelen in bos, sporten. In het landschap moet er ruimte gevonden worden om erop uit te trekken, sportieve toppers en ralleys te beleven en om folkloristische activiteiten zoals schuttersfeesten en braderieën te organiseren. Hauben et al. schetsen vier mogelijke

toekomstbeelden met componenten als werkmilieus, publiek domein, landschapsontwikkeling en bereikbaarheid. Zij kunnen Brainport een vernieuwend authentiek gezicht geven. De principes zijn:

1. Van 'blockbuster' naar niche in de bestemming en inrichting van terreinen;
2. In publieke ruimte belevingsclusters van sport, technologie, voeding en design maken en successen van innovatie laten zien;
3. SUPERvillages maken door stad en land goed uitgebalanceerd af te stemmen in het Brabantse coulisselandschap;
4. Bereikbaarheid en mobiliteit structureren in drie snelheden: hoog, gestaag en laag.

Juurlink [+] Geluk beschrijven in hun Beeldkwaliteitplan de wijze waarop op de High Tech Campus in Eindhoven het traditionele Brabantse landschap het uitgangspunt is voor de nieuwe inrichting van het vroegere technologiepark van het Philips Natlab. Het terrein ligt net buiten de stad en is door een hek omgeven. In het ontwerp van de semiopenbare ruimte komen elementen uit het Brabantse cultuurlandschap als het beekdal, bos, heide en moeras op kleine schaal terug. Voor ieder onderdeel schetst het plan inrichtingsvoorstellen tot op het niveau van de materialisatie van het ontwerp. Steeds is het zoeken naar een nieuwe invulling van het traditionele landschap tot een authentieke vormgeving het uitgangspunt. Het is voor ons de vraag of deze regionale vormtaal voor bezoekers van en werkers op de Campus herkenbaar is en als 'authentiek' wordt ervaren.

4.7 Conclusies over inzichten en beleid toegespitst op de drie regio's

1. De Europese Unie zet met de Lissabonstrategie in op de kenniseconomie als belangrijke bron van duurzame welvaart- en welzijnsontwikkeling. En de EU geeft regio's de opdracht mee om de concurrentie aan te gaan met andere regio's door onder andere hun habitat voor internationale kennisondernemingen zo optimaal mogelijk in te richten;
2. Met de 'Nota Ruimte' en vooral 'Pieken in de Delta' vertaalt de Nederlandse nationale overheid de Europese strategie. Het beleid richt zich op economische ontwikkeling van kansrijke regio's en niet meer op een generalistische verdeling over het land. Dit regionaal economisch beleid onderkent het belang van QoL-factoren en laat de inhoudelijke invulling over aan de regionale en lokale besturen;
3. De 'Structuurvisie Randstad 2040' kiest in grote lijnen de in deze studie gekozen invalshoek. De visie combineert de drie pijlers van duurzame ontwikkeling 'Planet, Profit, People' met de Creative Class Theory van Florida. De uitkomsten van de enquête in deze studie kunnen helpen om deze beleidsstrategieën verder uit te werken;
4. De regio 'Groot Amsterdam' profileert zich nu als 'Metropool' om de bestuurlijke versnippering tegen te gaan; één van de nieuwe initiatieven is om samen te werken aan het verbeteren van de QoL speciaal voor expats.
5. De Regio Haaglanden besteedt in het Structuurplan nadrukkelijk aandacht aan QoL-factoren voor expats. Ook openluchtcreatiemogelijkheden en het stedelijk groen worden in de visie nadrukkelijk genoemd;
6. 'Brainport Eindhoven' is van de drie regio's het verste gevorderd met de samenwerking tussen de verschillende overheden en het bedrijfsleven om internationale investeringen aan te trekken. Ook zijn er in deze regio de meeste initiatieven om de habitat zo gunstig mogelijk voor expats in te richten. Openluchtcreatiemogelijkheden en het stedelijk groen komen daar uitdrukkelijk aan bod, waarbij in de vormgeving aansluiting wordt gezocht met het authentiek Brabants karakter. De vraag is of dit aansluit bij de wensen van de kenniswerkers;
7. In de aanleg van openluchtcreatiemogelijkheden en het stedelijk groen waarbij internationale kenniswerkers nadrukkelijk als doelgroep worden gezien wordt vaak gekozen voor kwalitatief hoogwaardige materialen en een mondiaal geaccepteerde 'international style'. Dit is een ander vormgevingsprincipe dan de authentieke regionale vormtaal zoals die in Brabant wordt ontwikkeld.

5 Onderzoek naar gebruik, beleving en waardering van de stedelijke groene ruimte en de openluchtrecreatiemogelijkheden door expats

Over de inhoud van het containerbegrip QoL is in de literatuur geen overeenstemming. Ruimtelijke factoren komen meestal langs in de vorm van voorbeelden die te maken hebben met de kwaliteit van de woonomgeving en de mogelijkheden voor (openlucht)recreatie. Aan om welke voorzieningen of elementen het dan gaat, wordt zo goed als geen aandacht besteed. Om kwantitatief en kwalitatief inzicht te krijgen in de factoren openluchtrecreatiemogelijkheden en het stedelijk groen binnen het begrip QoL hielden we een enquête onder expats in Nederland.

5.1 De opzet van de enquête

In de enquête vroegen we welke elementen uit de woon- en werkomgeving en welke voorzieningen voor (openlucht)recreatie voor de expat van belang zijn. De uitdaging bij het formuleren van de vragen was om zo concreet mogelijke 'groene' elementen in hun samenhang naar voren te laten komen. Daarbij waren drie schaalniveaus van belang:

- Lokaal met het huis en de tuin, straat en plantsoen en de werkplek;
- De stad en de regio met park, groene terreinen en andere openluchtrecreatie faciliteiten;
- Verder weg met Europa en de rest van de wereld.

De enquête bestaat uit een combinatie van open en gesloten vragen over woon- en recreatiewensen met de nadruk op groen. Met gesloten vragen vroegen we de expats om op een vijfpuntsschaal hun waardering uit te spreken over een bepaalde karakteristiek van hun ruimtelijke omgeving. Via open vragen konden de respondenten die omgeving karakteriseren in een paar steekwoorden. De voorkeuren voor de openluchtrecreatie zijn persoonsgebonden en variëren met de leefstijl van de persoon in kwestie. Daarom konden de respondenten deze voorkeuren via een open vraag zelf aangeven. Om een helder beeld van de leefstijl te krijgen vroegen we ook leeftijd, gevolgde studie en culturele achtergrond, samenstelling van het huishouden, familie en vriendenkring, gemiddelde tijd op een standplaats en verblijftijd in Nederland. Ook vroegen we respondenten naar hun 'favorieten': hun favoriete bedrijfslocatie, buurt, park, landelijk gebied, natuurpark, vakantiebestemming.

Conceptversies van de enquête zijn voorgelegd en kritisch bekeken door vier leden van de doelgroep. De eerste was een ruimtelijke planner uit Spanje, de tweede een professioneel onderzoeker uit Australië, werkzaam bij een farmaceutisch bedrijf in Amsterdam. De derde was een hightech ingenieur van Chinese afkomst uit de regio Eindhoven en de vierde een professioneel tolk en vertaler uit Engeland. De vragen van de enquête staan in bijlage 1.

5.2 De uitvoering

De enquête is in 2008 via internet door het bedrijf TNS NIPO uit Amsterdam afgenomen onder buitenlandse expats met hun primaire werkplek in drie gebieden in Nederland: Groot Amsterdam (postcodegebieden 1000-2159), in de regio Haaglanden met Den Haag (inclusief Ypenburg en Leidseveen), Wassenaar, Leidschendam-Voorburg, Rijswijk, Delft, Zoetermeer, Pijnacker-Nootdorp, Westland, Midden Delfland en Stompwijk en rond Eindhoven (postcodegebieden 4800-5749). 229 expats hebben de enquête ingevuld.

Expats zijn een moeilijk te bereiken groep. Er bestaan geen openbaar toegankelijke bestanden met adresgegevens van expats. Bedrijven en instellingen moeten voldoen aan de privacywetgeving en mogen niet zonder meer adresgegevens afstaan. Daarom moesten we werken met organisaties die gespecialiseerd zijn in het werken met expats zoals uitzendbureaus, makelaars, international clubs, international scholen, online gemeenschappen zoals expatia.com en media die zich op buitenlanders richten (Amsterdam Weekly). We vroegen deze organisaties om hun leden of klanten uit te nodigen om naar de website van de enquête te gaan. Voor iedere deelnemer die de hele enquête invulde was een waardebon van 10 euro beschikbaar.

Vanwege het budget was de enquête in eerste instantie in twee regio's uitgezet. Door een strategische alliantie met het PLUREL-project kwam daar Haaglanden bij. PLUREL is een Europees onderzoeksproject over processen in de stadsrand waarbij Alterra Wageningen UR de Nederlandse bijdrage verzorgt.

5.3 Resultaten algemeen

De regionale verdeling van de respondenten is als volgt: Metropoolregio Amsterdam 79, Haaglanden 92 en Eindhoven en omstreken 58.

5.3.1 De respondenten

De respondenten zijn geboren in 52 verschillende landen. Onderstaand staatje geeft de landen waar meer dan tien respondenten geboren zijn.

Tabel 2

Landen van herkomst met meer dan tien respondenten.

<i>Verenigd Koninkrijk</i>	<i>44</i>
<i>USA</i>	<i>17</i>
<i>Italy</i>	<i>17</i>
<i>France</i>	<i>16</i>
<i>China</i>	<i>12</i>
<i>Poland</i>	<i>11</i>
<i>Germany</i>	<i>10</i>
<i>Totaal</i>	<i>127</i>

De overige 102 zijn geboren in 45 andere landen, waarvan het grootste deel in Europa ligt. De verdeling over de continenten is als volgt:

Tabel 3

Werelddelen van herkomst respondenten.

Werelddeel geboorteland	
Europa	163
West-Europa	85
Zuid-Europa	35
Oost-Europa	31
Noord-Europa	12
Azië	31
Noord-Amerika	24
Afrika	5
Zuid-Amerika	3
Australië en Nieuw Zeeland	3
	229

De gemiddelde leeftijd is 35. De deelnemende expats in de regio Haaglanden zijn het oudst (39) en in Amsterdam het jongst (32); in Eindhoven is de gemiddelde leeftijd 34. De verdeling man/vrouw is over de hele groep precies 50/50, maar in Amsterdam deden relatief veel vrouwen mee (58%) en in Haaglanden juist veel mannen (60%). In de regio Eindhoven is 55% van de respondenten vrouw. De respondenten zijn overwegend kinderloos; slechts 17% heeft kinderen. In de regio Amsterdam hebben maar twee respondenten kinderen, in Haaglanden zijn dat er 30 en in Eindhoven 17.

De onderstaande tabel geeft inzicht in het type woning waarin de deelnemers aan de enquête leven.

Expats wonen dus meer in appartementen (58%) vergeleken met de gemiddelde Nederlander (31%) en minder in een rijtjeshuis (30% tegen 64%). Het aantal expats met een vrijstaand huis is volgens onze enquête klein: 3%. 24% van de respondenten geeft aan tevreden te zijn met de huidige woonsituatie, 58% is dat deels en 20% is niet tevreden. Een reden kan zijn dat 62% van de ondervraagden een vrijstaand huis als ideaal ziet. Als meest ideale woonomgeving in de wereld wordt de Amsterdamse Jordaan het meest genoemd.

Tabel 4

Woningtype in vergelijking met het landelijk gemiddelde (Bron: CBS Statline en eigen berekening).

<i>Houses, percentage of total, 2002</i>	<i>Netherlands</i>	<i>Amsterdam</i>	<i>The Hague</i>	<i>Eindhoven</i>
<i>Detached</i>	15	0	0	3
<i>Semi-detached</i>	13	0	0	5
<i>Terraced</i>	40	13	18	58
<i>Appartments</i>	31	86	80	31
<i>Total</i>	99	99	98	97

Houses, percentage of total	Expats	'Greater Amsterdam'	Haaglanden	Eindhoven
Detached	3	1	7	0
Semi-detached	16	5	16	31
Terraced	14	8	21	12
Appartments	58	82	46	45
Total	100	96	90	88

5.3.2 Quality of Living

Uit de antwoorden blijkt dat expats plaatselijke QoL heel belangrijk vinden bij hun beslissing om een baan te accepteren: op een vijf-puntenschaal kiest 42% voor categorie 5 (heel belangrijk) 37% voor 4 (belangrijk), 15% voor 3, 5% voor 2, en slechts 1% voor 1 (niet belangrijk). Voor de regio Amsterdam geldt dit nog sterker; daar kiest 52% voor heel belangrijk, tegen 40% in de regio Haaglanden en 31% in de regio Eindhoven en omstreken. In twee regio's is de baan de voornaamste reden (60% in Haaglanden en 40% in Eindhoven).

Respondenten kregen een open vraag voorgelegd naar welke factoren van QoL ze in beschouwing nemen bij de beoordeling van hun leefomgeving. Daaruit komt een breed palet aan factoren naar voren, die in zeven domeinen in te delen zijn:

De respondenten konden zoveel antwoorden geven als ze wilden. Kolom 4 van de tabel geeft aan hoe de antwoorden verdeeld zijn over de domeinen. Sommige respondenten noemen veel verschillende facetten van QoL; anderen noemen er slechts één. Als we de antwoorden daarvoor corrigeren (en iedereen bij wijze van spreken één stem geven) blijven de percentages uit bovenstaande tabel praktisch gelijk (maximale afwijking 1 procentpunt). Van de domeinen uit onze indeling is het sociaal-culturele dus het belangrijkste, gevolgd door milieu. Ook het persoonlijke domein scoort hoog. Het minst vaak genoemd zijn elementen in de domeinen transport, veiligheid, maatschappij en koopkracht; die zitten elk rond de 10%.

Kolom 5 laat zien welk deel van de respondenten een element genoemd heeft uit een domein: zo noemde 55% van de respondenten een element uit het domein milieu.

Tabel 5*Door respondenten genoemde domeinen in de QoL-factoren.*

(1)	(2) Domein	(3) Toelichting	(4) % antwoor-den	(5) % respon-denten
1	Milieu	natuur, klimaat, schoon milieu, gezond milieu	23	55
2	Mobiliteit	Bereikbaarheid, toegankelijkheid, ligging, kwaliteit wegennet en openbaar vervoer	11	36
3	Sociaal-cultureel	uitgaansleven, stadsleven, sport en recreatie, mensen ontmoeten	27	51
4	Veiligheid	lage criminaliteit, geen oorlog	9	44
5	Maatschappij	democratie, sociaal klimaat, gezondheidszorg, <i>people's happiness factor</i>	8	20
6	Koopkracht	Salaris en/of salaris in verhouding tot kosten van levensonderhoud	7	35
7	Persoonlijk	Prettig huis en buurt, gezinsleven, werk(sfeer), balans tussen werk en vrije tijd)	15	44

5.3.3 Hoe belangrijk is groen

Op dezelfde manier hebben we naar groen gekeken en geteld hoeveel respondenten groen noemen als ze gevraagd wordt aan welke elementen van Quality of Life ze belang hechten. Door 28% wordt groen genoemd, op allerlei manieren omschreven. Het kan bijvoorbeeld uitzicht op groen zijn, bomen, een park, open landschap, een natuurgebied, of de zee. Een enkeling noemt zowel stadsgroen als natuur of landschap buiten de stad.

De belangstelling voor groen kunnen we ook afleiden uit twee andere vragen, een met als onderwerp openluchtrecreatie, de andere over de favoriete woonsituatie (woning en buurt).

Voor openluchtrecreatie was de vraag welke activiteit men het vaakst onderneemt, en welke faciliteiten daarvoor nodig zijn. Bij 39% van de respondenten komt groen (park, bos, mooie open ruimte) of voorzieningen in het groen (vooral fiets- en wandelpaden) op de een of andere manier naar voren. Bij de favoriete buurt was de vraag om deze buurt in een paar woorden te karakteriseren. Bij 67% maakt groen deel uit van de omschrijving van hun favoriete woonsituatie; 15% noemt zelfs twee of meer groene aspecten, zoals bomen, een tuin, een park, een uitzicht op een groene omgeving.

Tabel 6*Groen genoemd bij 'woonsituatie', 'recreatievoorziening' en QoL.*

% van de respondenten dat groen noemt bij:	
Favoriete woonsituatie	67
Quality of Life	28
Recreatiefaciliteiten	39
<i>Een van de drie vragen</i>	<i>40</i>
<i>Twee van de drie vragen</i>	<i>28</i>
<i>Alle drie de vragen</i>	<i>13</i>
<i>Geen van de drie vragen</i>	<i>19</i>

Over uitzicht vanuit de woning werden ook nog aparte vragen gesteld: hoe is het nu en hoe zou u het graag willen hebben. Respondenten konden kiezen uit uitzicht op groen of op bebouwing en enkele gradaties daartussen. 17% van de respondenten blijkt nu een overwegend groen uitzicht te hebben, terwijl 65% daar een voorkeur voor uitspreekt. In Amsterdam is dat percentage significant lager, maar daar heeft ook altijd nog 56% een voorkeur voor een groen uitzicht.

Tabel 7*Huidig uitzicht vanuit de woning*

% of all respondents (n=229)	green ————— buildings					% green view
	1	2	3	4	5	
<i>Current view</i>						
All respondents	3	14	26	37	21	17
Amsterdam region	5	11	29	38	16	16
Haaglanden	2	14	23	38	23	16
Eindhoven	2	16	28	33	22	18

Tabel 8*Gewenst uitzicht vanuit de woning.*

% of all respondents (n=229)	green ————— buildings					% green view
	1	2	3	4	5	
<i>Desired view</i>						
All respondents	65	34	2	1		65
Amsterdam region	56	41	3	1		56
Haaglanden	70	30	0	0		70
Eindhoven	71	29	0	0		71

De respondenten werd ook gevraagd aan te geven hoe belangrijk zij verschillende omgevingskenmerken en faciliteiten vinden op een vijfpuntenschaal, van onbelangrijk (1) tot zeer belangrijk (5). Op basis van de scores 4 en 5 bij elkaar opgeteld hebben we een ranglijst opgesteld¹. Een veilige leefomgeving staat daarop bovenaan voor alle respondenten. 92% scoort daar een 4 of een 5. Maar groen noteert ook hoog. Er zijn vragen over groen in het algemeen, buurtparken, stadsparken, groen in de straat. Vooral groen in het algemeen en buurtparken worden daarvan belangrijk gevonden (88-89% scoort een 4 of een 5) Maar ook stadsparken (79%) en groen in de straat (78%) komen er als belangrijk uit. Daarna volgt een rustige leefomgeving, door 76% belangrijk tot zeer belangrijk gevonden. 'Bossen en natuurgebieden' scoren even hoog als een rustige leefomgeving. Engelstalige cultuur en entertainment wordt door net iets meer dan de helft (51%) belangrijk gevonden. Van alle respondenten vindt 65% het platteland belangrijk tot zeer belangrijk. De laagste scores zijn voor cultuurhistorische waarde (49%) en de aanwezigheid van *high profile* winkels en voorzieningen (47%).

Tabel 9

Rangorde omgevingsfactoren QoL, zie ook bijlage 2. Tabellen waardering omgevingsfactoren

Rank	Importance of factors according to expats	(%)
1	Safe living environment	92
2	Green places	89
3	Neighbourhood parks	88
4	City parks	79
5	Green in the street I live in	78
6	Quiet living environment	76
7	Woods and nature areas	76
8	Green countryside (farms, hamlets, trees and fields)	65
9	English based culture/leisure/entertainment	51
10	Heritage value in my living environment	49
11	High profile shops and services	47

In Amsterdam staat buurtparken net iets hoger dan een veilige omgeving (86% tegen 85%); voor veilige leefomgeving is er wel hoger op 5 dan op 4 gescoord Zie bijlage X voor meer details.

5.3.4 Schaalniveau

De vraag is niet alleen wat er toe doet, maar ook op welke schaal het ertoe doet. De veronderstelling was dat expats als 'wereldburgers' een grote actieradius hebben. In de enquête zitten drie vragen die daar iets over zeggen: een vraag over woon- werkverkeer, een vraag over reistijd voor recreatie, en een vraag over de schaal van de leefomgeving. Uit de antwoorden op de eerste vraag kunnen we opmaken dat de expats over het algemeen vrij dichtbij hun werk wonen. Slechts 5% is langer dan een uur onderweg, en bijna 20% is er binnen 10 minuten. Ook de recreatiereistijd voor de meest beoefende recreatieve activiteit is kort: 76% is binnen een kwartier ter plekke, 15% heeft een kwartier tot een half uur nodig, en 5% een half uur tot een uur.

¹ Indelingscriterium: percentages 4 en 5 bij elkaar opgeteld; bij gelijke score geeft score op 3 de doorslag.

Tabel 10*Reistijd woon-werkverkeer*

Reistijd (%)	> 60	30-60	10-30	<10
<i>Reistijd woon-werk</i>				
All respondents	5	24	52	19
Amsterdam region	4	33	41	23
Haaglanden	1	15	70	14
Eindhoven	14	26	38	22
<i>Redelijke reistijd woon-werk</i>				
All respondents	0	36	59	5
Amsterdam region	1	41	58	0
Haaglanden	0	30	62	8
Eindhoven	0	38	55	7

Het zwaartepunt bij de antwoorden op de vraag 'welk gebied beschouwt u als uw leefomgeving?' ligt in de regio Amsterdam duidelijk bij de stad. Ook in de regio Eindhoven is dat het geval, maar minder sterk. In de regio Haaglanden is het in de eerste plaats de buurt. De Eindhovense groep is iets meer regiogeoriënteerd, en ook het meest internationaal. In de regio's Amsterdam en Eindhoven beschouwt 10% de wereld als zijn of haar leefomgeving, en ziet zichzelf dus als wereldburger.

Tabel 11*Schaal van de directe leefomgeving*

Leefomgeving (%)	Iedereen	Regio Amsterdam	Regio Haaglanden	Regio Eindhoven
Mijn huis en tuin	14	14	13	14
Mijn buurt	28	18	41	19
De stad waar ik woon	32	42	26	28
De regio waar ik woon	13	11	11	19
West-Europa	6	4	4	10
Wereld	8	10	4	10

vet: *verschilt significant op 95% niveau*

5.3.5 Conclusies over de enquête-uitkomsten, algemeen

1. De resultaten van de enquête geven een kwalitatief en kwantitatief beeld van de factoren 'stedelijk groen' en 'openluchtrecreatiemogelijkheden' in het begrip QoL voor expats in drie Nederlandse regio's;
2. De wijze waarop de gegevens van de respondenten verzameld zijn geeft de mogelijkheid om de uitkomsten van de enquête met tal van invalshoeken specifiek te bekijken. Hier liggen vele mogelijkheden voor verder onderzoek;
3. Expats zijn een diverse en moeilijk te bereiken groep;
4. QoL-factoren zijn binnen de doelgroep belangrijk bij het kiezen van een leefomgeving. Dit geldt vooral in de Metropoolregio Amsterdam;

5. Binnen QoL zijn de domeinen 'Sociaal Cultureel' (uitgaansleven, stadsleven, sport en recreatie, mensen ontmoeten) en 'Milieu' (natuur, klimaat, schoon milieu, gezond milieu) dominant. Koopkracht (salaris en/of salaris in verhouding tot kosten van levensonderhoud) is de hekkensluiter;
6. 24% van de respondenten geeft aan tevreden te zijn met hun woonomgeving, 20% is uitgesproken ontevreden. 17% respondenten heeft uitzicht op groen vanuit de woning terwijl 65% dat graag zou willen, met 71% als hoogste score in de regio Eindhoven;
7. 28% van de respondenten noemt groene elementen als belangrijk element van QoL. 39% noemt groene elementen bij de gewenste voorzieningen voor hun openluchtrecreatie; 67% noemt groene elementen in de beschrijving van hun favoriete woonsituatie. De Amsterdamse Jordaan wordt als de meest favoriete woonbuurt van de wereld gezien;
8. Het belangrijkste kenmerk van de woonomgeving is veiligheid (genoemd door 92%) gevolgd door tal van groene elementen met scores van 89-65%;
9. De duur van het woon-werkverkeer (71% < 30 min.) en de reistijd naar de openluchtrecreatiefaciliteiten (76% < 15 min.) zijn kort. Wonen, werken en recreëren vinden dus voornamelijk binnen de directe woonomgeving plaats;
10. Er zijn maar weinig expats (8%) die de wereld noemen als het gebied dat ze als hun leefomgeving beschouwen; de 'stad waar ik woon' wordt het vaakst genoemd (32%). Met 42% beschouwen Amsterdamse expats Amsterdam significant vaker als leefomgeving, voor expats uit de regio Haaglanden geldt dat voor hun buurt (41%).

5.4 Favoriete groene gebieden

In de enquête werd respondenten onder andere gevraagd hun favoriete natuurgebieden, landelijke gebied en park te noemen. Dit zowel wereldwijd als binnen Nederland.

5.4.1 Favoriete natuurgebieden

Op de vraag 'wat is je favoriete natuurpark in Nederland?' wist 61% een gebied te noemen. Een groot deel, 39%, wist de vraag niet te beantwoorden, of gaf een antwoord waarvan we niet weten of we het serieus moeten nemen (zoals 'Amsterdam'). De Hoge Veluwe werd 31 keer genoemd als favoriet natuurgebied. Dit is ongeveer even vaak (22% van de bruikbare antwoorden) als de categorieën bos en heide en strand en duinen. Een flink aantal respondenten koos voor natte natuurgebieden (Lauwersmeer, Biesbosch, Wieden). Cultuurlandschap (bollen, Limburgse heuvels, Kinderdijk) werd een aantal keren genoemd, en ook een redelijk grote groep koos voor stadsparken (Vondelpark) of attractieparken (Efteling).

Tabel 12. Favoriete natuurgebieden in Nederland

Categorieën natuur	absoluut	%
Hoge Veluwe	31	22
Bos en heide	30	22
Cultuurlandschap	8	6
Natte natuur	11	8
Strand en duinen	30	22
Wadden	10	7
Parken	18	13
Geen (bruikbaar) antwoord	91	39
Totaal	229	100

De respondenten werd ook gevraagd hun favoriete natuurgebied wereldwijd te noemen. Bij de uitkomsten springt de VS in het oog, met drie natuurgebieden bovenaan de lijst (Yellowstone, Yosemite en Grand Canyon). Het Lake District in het Engeland wordt door vijf respondenten als favoriet aangemerkt. Elf gebieden worden 2, 3 of 4 keer genoemd, daarna volgen 135 natuurgebieden met elk 1 stem. Wat opvalt – zeker in vergelijking met de andere vragen naar favorieten – is de wereldwijde spreiding. Zoals steeds staat Europa duidelijk bovenaan (88 keer), maar bij natuurparken is Noord-Amerika ook heel vaak genoemd (67 keer), gevolgd door Australië en Nieuw Zeeland (14 keer), Afrika (13 keer) en Azië (12 keer). Ongeveer 10% heeft de vraag niet beantwoord; deze vraag was dus duidelijk makkelijker te beantwoorden dan de vraag om een Nederlandse favoriet te noemen.

Tabel 13

Favoriete natuurgebieden in de wereld.

Naam natuurgebied	Land	%
Yellowstone	USA	12
Yosemite Park	USA	12
Grand Canyon	USA	8
Lake District	UK	5
Plitvice	Croatia	4
Black Forest	Germany	3
Muir Woods	USA	3
Serengeti	Kenya	2
Kakadu	Australia	2
Amsterdamse Bos	Netherlands	2
Parc de la Vanoise	France	2
Parco dello Stelvio	Italy	2
The Dunes	Netherlands	2
Algonquin	Canada	2
Banff National Park	Canada	2
Overige gebieden		25
Geen (bruikbaar) antwoord		10
Totaal		100

5.4.2 Favoriete landschappen (countryside)

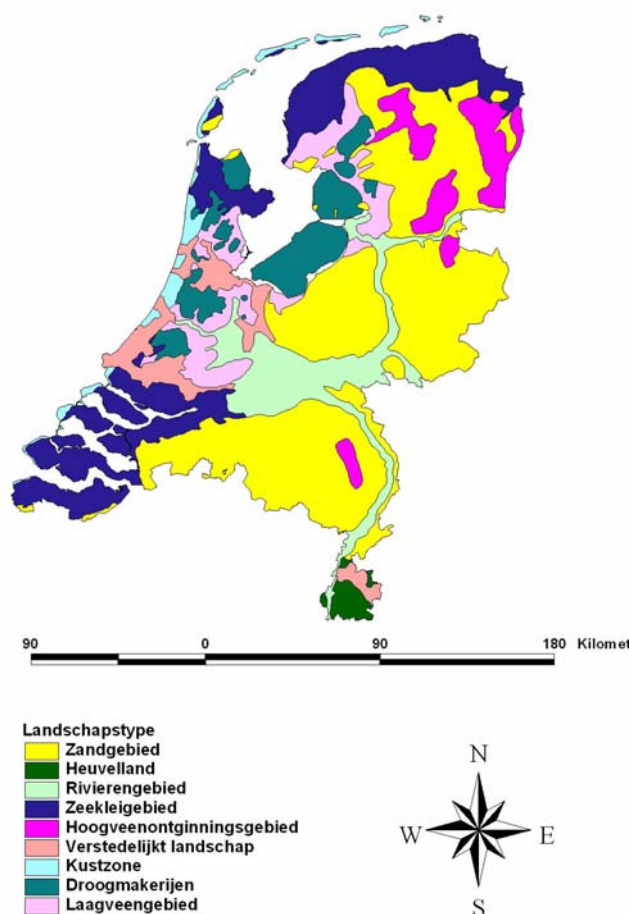
Op de vraag ‘noem uw favoriete landelijke gebied’ in Nederland werden Texel, Zeeland en de Hoge Veluwe het meest met name genoemd. We hebben de antwoorden ingedeeld naar landschapstype (zie figuur 1). Het is opvallend dat veel expats een gebied noemen met landschapstype ‘droogmakerijen’ en ‘laagveengebied’. Een deel daarvan ligt in Friesland of Overijssel (Steenwijk, Giethoorn), maar het overgrote deel ligt in de Randstad. Daar wonen ook de meeste expats, dus wellicht kennen ze de rest van het land minder goed. De relatief grote voorkeur voor open landbouwgebieden gaat overigens wel goed samen met de voorkeur voor grootschalige landschappen, die uit de antwoorden op een andere vraag spreekt. Respondenten werd gevraagd om op een vijfpuntenschaal aan te geven waar hun voorkeur naar uit gaat: naar grootschalig of kleinschalig met drie gradaties daartussen. Bij de antwoorden slaat de balans duidelijk door naar grootschaligheid. 54% kiest daarvoor en 15% voor kleinschaligheid, met 34% ‘neutraal’ (3). Bij Nederlanders is dit juist (gemiddeld) andersom, en gaat de voorkeur ook veel sterker uit naar het zandgebied dan naar het veenweidegebied (zie

www.daarmoetikzijn.nl). De gewenste sfeer is over het algemeen: natuurlijk, wild, authentiek en met gebogen romantische lijnen.

Tabel 14

Favoriete landschaptype (countryside) in Nederland

Landschapstypen	absoluut	%
Zandgebied	33	21
Heuvelland	13	8
Rivierengebied	6	4
Zeekleigebied	13	8
Kustzone	30	19
Droogmakerijen en laagveengebied	55	36
Verstedelijkt landschap	5	3
Geen (bruikbaar) antwoord	91	39
Totaal	138	100



Figuur 1

Landschapstypen in Nederland.

Wereldwijd is Engeland veruit het meest favoriete land, met een groot aantal verschillende streken. Daarvan wordt het Lake District het vaakst genoemd. Maar de meeste populaire streek is Toscane, met elf stemmen. Veel respondenten wijzen gebieden in Nederland aan als hun favoriete streek wereldwijd. Daarbinnen is de omgeving van Wassenaar het meest genoemd. Al is er wel een duidelijk verband tussen de voorkeur voor een bepaald gebied en het land van herkomst, toch kiezen de meeste respondenten (57% van de bruikbare antwoorden) voor een gebied uit een ander land. Een groot deel van de respondenten komt uit het Verenigd Koninkrijk, en daarvan heeft ook weer een relatief groot deel een voorkeur voor het Britse platteland. Dit verklaart voor een deel waarom Engeland bovenaan geëindigd is. Slechts 36 respondenten noemen een gebied buiten Europa (tegen 111 keer bij de vraag over het favoriete natuurgebied).

Tabel 15

Favoriete platteland (country site) in de wereld

Land	absoluut
UK, England	32
Netherlands	27
Italy	18
France	13
Germany	12
USA	12
UK, Scotland	9
Ireland	6
Australia	5
Belgium	5
Poland	5
Romania	5
Switzerland	5
Geen (bruikbaar) antwoord	75
Totaal	229

5.4.3 Favoriete stadsparken

Het Vondelpark is met afstand het meest favoriete park in Nederland. Waar expats die in Amsterdam wonen kiezen voor parken in de regio, kiezen expats in de andere twee regio's ook voor parken daarbuiten. Zo kiezen tien respondenten uit de regio's Den Haag en Eindhoven het Vondelpark. Zelfs op de lijst van meest favoriete parken wereldwijd staat het Vondelpark op een tweede positie met vijftien stemmen (tegen Central Park, New York negentien en Hyde Park, Londen zeven).

De 'Structuurvisie Randstad 2040' noemt de Metropolitane parken' (p. 85) als een van de 'Uitvoeringsallianties'. Dit zijn parken die liggen aan de rand of tussen de grote steden. De bij deze parken gegeven referentiebeelden 'New York Central Park' en 'Amsterdam Vondelpark' passen in de favoriete stadsparken uit onze onderzoekspopulatie. Dit zijn parken dicht tegen het centrum van de steden. Of zij daarmee ook geschikte referenties zijn voor het ontwikkelen van de groenblauwe kwaliteit bij de steden is de vraag.

Tabel 16. Favoriete stadspark in Nederland

Favoriete park in Nederland ²		Aantal keer genoemd
Vondelpark	Amsterdam	54
Westbroekpark	Den Haag	14
Amsterdamse Bos	Amsterdam	8
Clingendael	Den Haag	8
Westerpark	Amsterdam	8
Genneperparken	Eindhoven	6
Haagse Bos	Den Haag	5
Keukenhof	Lisse	5
Scheveningse Bosjes	Den Haag	5

Tabel 17

Favoriete stadspark in de wereld

Favoriete park wereldwijd ³		Aantal keer genoemd
Central Park	New York	19
Vondelpark	Amsterdam	15
Hyde Park	London	7
Park Guell	Barcelona	4
Regent Park	London	4
Amsterdamse Bos	Amsterdam	3
Clingendael	Den Haag	3
Parc de la Tête d' Or	Lyon	3
Stanley Park	Vancouver	3
Westbroekpark	Den Haag	3

5.4.4 Conclusies over de enquête-uitkomsten, favoriete groene gebieden

1. Een groot deel van de respondenten (61%) heeft een favoriet Nederlands natuurgebied. De Hoge Veluwe en 'bos en heide' zijn samen goed voor 44%. Ook 'strand en duinen' zijn populair met 22%. De groep die geen (bruikbaar) antwoord weet te geven is 39%. Droogmakerijen en laagveengebieden zijn de favoriete Nederlandse landschappen voor 36% van de respondenten; 39% geeft geen (bruikbaar) antwoord. Het Vondelpark is het meest favoriete Nederlandse stadspark voor de respondenten uit alle drie de regio's;
2. Wereldwijd zijn Amerikaanse natuurparken met 32% het meest populair. De spreiding over de continenten is groot; 10% weet geen (bruikbaar) antwoord te geven. Oude Europese cultuurlandschappen zijn favoriet

² Zie bijlage voor alle antwoorden

³ Overige: 2 parken 4x genoemd, 5 parken 4x genoemd, 93 parken 1x genoemd en 48 keer 'weet niet', geen antwoord of een te algemeen antwoord

- bij de cultuurlandschappen; 16% van de genoemde gebieden ligt op andere continenten. Het Central Park in New York is het wereldwijde favoriete stadspark met het Amsterdamse Vondelpark op nummer 2;
3. Het hoge percentage respondenten dat geen (bruikbaar) antwoord weet te geven op favoriete Nederlandse groene gebieden roept vragen op: vinden expats deze gebieden niet zo belangrijk, kennen ze de gebieden (nog) niet, of schort er iets aan de communicatie en marketing van het landelijk gebied;
 4. Droogmakerijen en laagveengebieden zijn authentieke en unieke Nederlandse landschappen en bij 36% van de expats favoriet. Dit zou in de marketing van Nederland bij expats een grote rol kunnen spelen;
 5. De voorkeur van de respondenten gaat uit naar de volgende vormkenmerken van het stedelijk groen, landschappen en openluchtrecreatievoorzieningen: natuurlijk, wild, authentiek en met gebogen romantische lijnen.

5.5 Openluchtrecreatie

De respondenten kregen de vraag voorgelegd in welke recreatieve activiteit zij regelmatig deelnemen, met het verzoek om hun drie favoriete activiteiten te noemen. Daarnaast was er een vraag opgenomen waar het startpunt van de activiteit is: thuis, werk of elders. Tot slot kwam aan bod welke faciliteiten de respondenten in Nederland missen.

5.5.1 Drie favoriete activiteiten

Tabel 16 geeft de drie favoriete activiteiten (percentage dat activiteit als 1^e, 2^e en 3^e favoriete activiteit noemt). Een voorbeeld, 54% noemt wandelen als 1^e, 2^e of 3^e favoriete activiteit⁴, en 25% noemt wandelen als eerste favoriet. Ook fietsen wordt door 54% genoemd als één van de drie favoriete activiteiten. (Andere) sporten zijn ook populair, vooral voetballen, hardlopen en zwemmen. In totaal noemt 69% minstens één van deze sporten (dus niet wandelen en fietsen) bij de drie meest populaire activiteiten. Voor wandelen en fietsen is dat net iets meer: 76%. Het vaakst worden wandelen (29%) en fietsen (25%) beoefend; 32% noemt één van de andere sportieve activiteiten als vaakst beoefende activiteit.

De laatste kolom “heel Nederland” is bedoeld om een indicatie te geven van de verschillen in recreatiegedrag tussen expats en andere inwoners van Nederland. Deze cijfers zijn gebaseerd op het totaal aantal recreatieve activiteiten (inclusief buiten sporten) dat in 2008 werd ondernomen, dus direct vergelijken met de uitkomsten van onze enquête is onmogelijk. Het lijkt erop dat expats in vergelijking met andere inwoners van Nederland meer fietsen en hardlopen.

Voor 86% van de ondervraagden is thuis het vertrekpunt en voor 7% het werk om naar hun favoriete openluchtrecreatieplek te gaan. 84% van de ondervraagden is er binnen 20 minuten waarbij de fiets het dominante vervoermiddel is (47%). De auto wordt in Amsterdam opvallend weinig gebruikt en in Brainport significant veel met 33% (tegen 21% gemiddeld). In Amsterdam is ook het openbaar vervoer populair (22% tegen 11%)

Wat verder opvalt is dat de combinatie wandelen, fietsen met een balsport, joggen of zwemmen heel vaak voorkomt. Voor de sportieve types is er dus variatie in het aanbod nodig. Andere mensen zitten juist in de hoek

⁴ Dat de waarde in kolom 2 niet gelijk is aan de som van kolommen 3, 4 en 5 komt doordat sommige mensen verschillende varianten van fietsen of wandelen noemen, bijvoorbeeld ommetje in het park en strandwandelen.

van de diversen. Die houden dus niet zo van bewegen in de buitenlucht. Ook voor deze groepen is variatie in het aanbod belangrijk.

Gevraagd naar wat ervoor nodig is noemt ongeveer 25% paden, 25% een groene setting, zoals een natuurgebied, water of een park; 10% noemt een sportveld, en/of een andere sportfaciliteit, zoals een sporthal. Op de vraag “mist u bepaalde faciliteiten”, antwoordt 28% ja.

Tabel 18

Favoriete openluchtrecreatieactiviteiten

Activiteit	1 ^e , 2 ^e of 3 ^e	1 ^e	2 ^e	3 ^e	het vaakst	heel Nederland
Wandelen	54	25	19	13	29	40
Fietsen	54	16	23	16	26	15
voetbal en andere balsporten	24	15	5	7	12	9
hardlopen, joggen	24	9	8	6	10	3
Watersport	8	2	4	2	-	8
Bergsport	7	2	4	2	0	0
Golf	4	1	2	1	0	1
Zwemmen	20	5	5	10	3	1
andere buitensporten	21	8	5	8	10	6
recreatie, diverse buiten ⁵	20	6	7	13	5	25
					100	100

Bron laatste kolom: CVTO Continu VrijeTijdsOnderzoek 2008; eigen berekeningen (percentage van het totaal aantal vrijetijdsactiviteiten buiten)

5.5.2 Mist u recreatiefaciliteiten in Nederland, en zo ja welke?

28% van de respondenten geeft aan faciliteiten te missen op het gebied van openluchtrecreatie. Op de open vraag ‘welke faciliteiten mist u dan’ worden 83 zaken genoemd (zie tabel 19). Onder sportfaciliteiten vallen bijvoorbeeld vrije, openbare sportvelden voor bijvoorbeeld basketball, sportscholen en tennisbanen (7 keer genoemd).

Een groot aantal respondenten mist een stadspark en natuur. Voor bergen en heuvels is dat gezien het platte karakter van Nederland een moeilijkere opgave. Een grote categorie (34%) vormen zwembaden en overige sportfaciliteiten. Bij zwembaden gaat het bijvoorbeeld om openluchtwembaden, maar ook om passende openingstijden of voldoende capaciteit.

⁵ Onder ‘recreatie buiten’ valt bijvoorbeeld naar zee gaan, of in de tuin zitten. Dus in de open lucht vertoeven, maar niet fietsen, wandelen of sporten.

Tabel 19. Missende openluchtrecreatievoorzieningen

	keren genoemd	als percentage van de antwoorden		
		Amsterdam	Eindhoven	Haaglanden
Park	11	12	12	16
bergen, heuvels	10	16	6	16
Natuur	15	20	21	12
open ruimte	3	0	6	4
Zwembaden	9	8	12	12
overige sportfaciliteiten	20	36	21	16
Speelruimte voor kinderen	3	0	3	8
overige recreatie faciliteiten	10	4	15	12
Diversen	2	4	3	4
Totaal	83	100	100	100

In combinatie met natuur worden vaak rust, ruimte en wildernis genoemd.

"I miss green spaces where it's quiet. I can always hear cars and see people in Holland".

Bij overige recreatiefaciliteiten gaat het meestal om zaken die met paden te maken hebben, maar ook bijvoorbeeld om gratis barbecueplekken. Sportfaciliteiten worden relatief vaak in Amsterdam gemist; natuur mist vooral in Amsterdam en Eindhoven. 27% van de ondervraagden beseft dan de faciliteiten die ze missen niet in Nederland te vinden zijn. Voor 54% van de ondervraagden in Haaglanden zijn die gewenste faciliteiten te ver van huis.

5.5.3 QoL-factoren op de werkplek

We vroegen respondenten ook om op een vijfpuntsschaal aan te geven hoe belangrijk zij verschillende kenmerken van hun werkplek vinden. Goed openbaar vervoer op de werkplek wordt met een 4.4 gemiddeld het belangrijkste gevonden, gevolgd door verbindingen over de weg met een 3.9. De landschappelijke inrichting volgt met 3.8. Parkeermogelijkheden scoren relatief laag met een 3.3. Voor het pendelen tussen thuis en werk is de fiets het meest gebruikte vervoermiddel (58%).

Mogelijkheden voor openluchtrecreatie scoren een 3.5 op een schaal van 1 tot 5. Ruim de helft (53%) vindt recreatiemogelijkheden vanuit het werk belangrijk tot zeer belangrijk; 70% onderneemt ook wel eens iets vanuit het werk. Vooral wandelen is populair; 46% van degenen die wel eens recreëren vanuit het werk wandelt, 18% doet aan joggen of hardlopen en 34% bedrijft een andere sport. Een kwart van de activiteiten bestaat uit diverse recreatieve bezigheden zoals winkelen, uitgaan, in het park zitten of picknicken.

Tabel 20. Openluchtrecreatie op het werk

% van alle respondenten (n=229)	niet belangrijk ————— heel belangrijk				
	1	2	3	4	5
recreatiefaciliteiten op de werkplek (%)	4	15	28	30	23

De belangrijkheid van de architectuur van het werkgebouw scoort gemiddeld over de hele groep een 3.4 met een uitschieter in Eindhoven met 3,7. Als favoriete werklocatie wordt het Google hoofdkantoor in Mountain View het meeste genoemd (7 maal).

5.5.4 Conclusies over de enquête-uitkomsten, Openluchtrecreatie

1. Wandelen en fietsen zijn ronduit de meest populaire openlucht-recreatieactiviteiten. Hardlopen en joggen staan ook hoog genoteerd;
2. Voetbal en andere balsporten en zwemmen worden vaak genoemd; golf met vier vermeldingen weinig. 'Extreme en duursporten' (zie par. 3.3) komen met zes vermeldingen niet veel voor;
3. 86% vertrekt vanuit huis en 7% vanaf het werk en is voornamelijk met de fiets (47%) binnen 20 minuten op de locatie;
4. Sommige respondenten missen een stadspark (elf keer genoemd) of natuur (25 keer genoemd, waarvan tien keer bergen/heuvels). Stadsparken zijn in de drie regio's te vinden, maar kennelijk missen de respondenten ze toch, of voldoen ze niet aan de eisen. Dit terwijl Nederlandse parken wel kunnen wedijveren met andere stadsparken, getuige de populariteit van het Vondelpark. Voor natuur ligt dat anders.
5. Voor de meest populaire openluchtrecreatieactiviteiten zijn geen speciaal aan te leggen voorzieningen nodig. Wel vraagt het om hoogwaardige groene netwerken in de directe woonomgeving, in de stad en met goede verbindingen in de stadrand en in het omliggend landelijk gebied;
6. Stadsparken en natuur zijn aan te leggen. Of zij kunnen beter ontsloten worden en meer bekend gemaakt worden onder de doelgroep;
7. De ondervraagden missen bergen, heuvels, natuur, rust, ruimte en wildernis. Die zijn in het verstedelijkte, vlakke Nederland moeilijk te realiseren.

5.6 De drie regio's nader bekeken

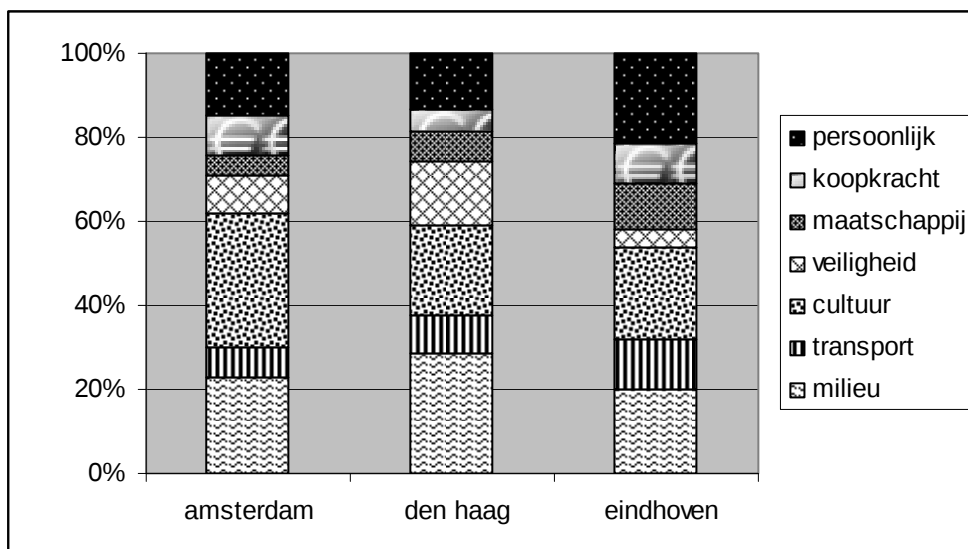
De wijze waarop de gegevens van de respondenten verzameld zijn geeft de mogelijkheid om de uitkomsten van de drie regio's specifiek te bekijken. Tabel 21 geeft favoriete activiteiten (percentage dat een activiteit als 1^e, 2^e of 3^e favoriete activiteit noemt) uitgesplitst naar regio.

Tabel 21

Verschillen in 'drie favoriete openluchtrecreatieactiviteiten' tussen de regio's

	Amsterdam	Haaglanden	Eindhoven	Totaal
% dat activiteit noemt als één van de drie favoriete activiteiten				
Wandelen	55	53	53	54
Fietsen	47	60	52	54
Balsport	29	19	24	24
Hartlopen en joggen	24	20	28	24
Zwemmen	13	19	29	20

Het enige significante verschil is dat Eindhovense expats relatief graag zwemmen. We keken ook of er significante verschillen zijn tussen de eerstgenoemde en de vaakst beoefende activiteit (in het algemeen en vanaf de werkplek), maar dat bleek niet zo te zijn.



Grafiek 1

Domeinen Quality of living, uitgesplitst naar regio

Grafiek 1 laat zien hoe de voorkeuren binnen de verschillende domeinen variëren per regio. In het oog springende, significante verschillen zijn:

- de relatief sterke voorkeur voor 'milieu en 'veiligheid' in Den Haag;
- de relatief sterke voorkeur voor 'sociaal-cultureel' en 'koopkracht' in Amsterdam;
- de relatief sterke voorkeur voor 'mobiliteit', 'maatschappij' en 'persoonlijk' in Eindhoven.

5.6.1 Metropoolregio Amsterdam

Aan de enquête deden 79 respondenten uit de regio Amsterdam mee. Daarvan waren met 58% net iets meer vrouwen als mannen. De deelnemers zijn met 32 jaar gemiddeld iets jonger dan in de twee andere regio's en slechts twee hebben een kind. Opvallend is dat een groot deel, 86%, zegt in een stad te zijn opgegroeid. Werken in de media- en communicatiesector komt relatief veel voor (22% tegen 5% in Haaglanden en in Eindhoven), in technische beroepen juist minder (16% tegen 48% in Haaglanden en 55% in Eindhoven). De Amsterdamse expat werkt nog maar kort in het land, gemiddeld 3,3 jaar, wisselt om de drie jaar van werk en wil gemiddeld niet langer dan 6,5 jaar in Amsterdam blijven. Slechts 16% wil langer dan 10 jaar blijven tegen 25% van alle ondervraagden. Zij zien de grote stad ook het meest als ideale woonomgeving (58% tegenover 42% voor de totale steekproef in de drie gebieden). In Amsterdam is naast de fiets het openbaar vervoer (57%) populair voor woon-werkverkeer. De meeste respondenten wonen in appartementen (82%). Dat is beduidend meer dan in de drie regio's samen (58%) en ook meer dan het gemiddelde in Nederland (31%). Voor expats in Amsterdam geldt dat ze expliciet voor de stad kozen. 25% geeft op dat willen wonen in Amsterdam de voornaamste reden was om naar Nederland te komen. De Amsterdammers hadden significant minder keus op de woningmarkt. Zij zien de buurt en de stad uitdrukkelijk als hun dagelijkse leefomgeving (zie tabel 11).

In Amsterdam vinden de respondenten buurtparken ongeveer even belangrijk als een veilige omgeving; ze wijken daarmee net af van de twee andere regio's waar men veiligheid belangrijker vindt dan buurtparken. Het Vondelpark is het meest populaire park in de stad gevolgd door het Amsterdamse Bos en het Westerpark. Amsterdammers zijn het meest bezig met buitensporten. 89% doet dat wekelijks minstens een uur en 40 minuten.

5.6.2 Haaglanden

De enquête werd door 92 mensen ingevuld. Relatief waren daar meer mannen bij dan in de hele steekproef (60% tegen 50%). De gemiddelde leeftijd ligt het hoogst (39 jaar tegen 35) en er komen relatief veel gezinnen (32%) voor. De expats in Haaglanden zijn het meest honkvast en werken heel vaak in een technisch beroep (49%) en dat is meer dan gemiddeld in de steekproef (40%). Juristen komen opvallend weinig voor in 'The city of Law and Justice' met maar 3%. Ze werken gemiddeld ruim 5,5 jaar in Nederland, wisselen rond de vijf jaar van standplaats en willen gemiddeld nog 10,5 jaar in de regio blijven. Opvallend is dat 21% van de ouders zeggen dat het hebben van kinderen geen factor van betekenis bij het zoeken naar een woonomgeving, terwijl een geschikte school vlakbij (30%) en soort buurt (25%) weer wel belangrijke factoren zijn. In Haaglanden wonen de expats opvallend weinig in een appartement (46% tegen 58% voor de gehele steekproef) en vaker in een terraswoning (21% tegen 14%) of in een vrijstaand huis (7% tegen 3%). Er komen dan ook veel privétuinen voor en wonen in een grote stad is opvallend weinig populair (30% tegen 42% gemiddeld).

De buurt is in Haaglanden belangrijk (zie tabel 11), de stad minder. De eigen auto wordt met 51% het meest gebruikt voor het woon-werkverkeer dat gezien de gemiddelde reistijd tussen de 10 en 30 minuten in de regio plaatsvindt. 32% van de respondenten zegt tevreden te zijn met de huidige woonomgeving. Opvallend is dat de respondenten significant meer keuze op de woningmarkt hadden in vergelijking met de twee andere regio's.

Het Westbroekpark is in Haaglanden het meest genoemde stadspark en zijn strand en duinen favoriete landschappen en natuurterreinen. Zwemmen is in Den Haag en omstreken een populaire buitensport en zwembaden worden er nogal eens gemist (zie tabel 19).

5.6.3 Stadsregio Eindhoven

In Brainport Eindhoven deden 58 mensen mee. Met acht Chinezen, en vier deelnemers uit Taiwan is Azië opvallend ruim vertegenwoordigd en het Verenigd Koninkrijk met vijf juist minder aanwezig. Technische beroepen zijn oververtegenwoordigd met 57% tegen 40% voor de hele doelgroep. Opvallend is dat 10% van de respondenten met vier volwassenen het huishouden voert. 45% woont in een appartement tegen 31% van de Nederlanders. 31% van de ondervraagden woont in een rijtjeshuis tegen 64% van de Nederlanders. 22% is niet tevreden met de huidige woonsituatie. Dat is weer meer dan gemiddeld. Net als de Amsterdammers werken de expats 3,3 jaar in Nederland, maar willen met 8,5 jaar langer blijven en wisselen tot nu toe om de vier jaar van standplaats. De gemiddelde leeftijd ligt met 34 tussen de twee andere regio's in. Een derde deel heeft kinderen. Opvallend is dat de respondenten in Brainport relatief lang onderweg zijn van huis naar werk (zie tabel 8). Opvallend is dat de suburb als gewenst woonmilieu significant populairder is dan gemiddeld (24% tegen 14%) en het landelijk gebied juist helemaal niet (0% tegen 11%). De regio is dan ook voor hen belangrijker dan in de twee andere case study gebieden (zie tabel 9).

De respondenten in de regio Eindhoven sporten het minst. 78% doet dan minstens eens in de week terwijl het gemiddelde op 89% ligt. Zij zijn er dan 1 uur en 36 minuten mee bezig en ze gaan er opvallend veel met de auto naar toe (33%). En dat is weer merkwaardig om dat juist fietsen in Brainport favoriet is (zie tabel 16). 24% van de respondenten in Eindhoven heeft een voorkeur voor kleinschalige, besloten landschappen, dit is weliswaar significant hoger dan in de andere gebieden, maar ook in Eindhoven heeft nog 50% een voorkeur voor grootschalige landschappen. Bossen en natuur zijn hier belangrijker dan in de twee andere studiegebieden. De Genneperparken worden in deze regio het meest als favoriet genoemd.

5.6.4 Conclusies over de enquête-uitkomsten, De drie regio's

1. De respondenten uit Amsterdam voldoen het meeste aan de lifestyle kenmerken van de op de binnenstad gerichte creatieve kenniswerker zoals geschetst door Florida (zie par. 3.3.): ze hebben een relatief grote voorkeur voor het wonen in een stad, hebben veelal bewust gekozen voor het wonen in Amsterdam (en zijn niet hun baan achterna gegaan) en hechten ook relatief veel belang aan de lokale QoL bij het accepteren van een baan. Maar eenvoudig wandelen en fietsen zijn populair en niet de 'extreme duursporten';
2. Onder de respondenten uit Haaglanden zitten relatief veel gezinnen. Er wonen meer technici dan 'Capital of Law and Justice' doet vermoeden. Het realiseren van een grootstedelijke habitat is hier niet van belang maar eerder buurten met woningen met een eigen tuin. Strand en duinen zijn populair bij de respondenten. Zij missen vooral parken, natuur en zwembaden. Ook hier geldt dat ontwikkelen en vooral het vermarkten van een 'groen en recreatief netwerk' van belang is;
3. In Brainport Eindhoven wonen, zoals te verwachten, meer technisch opgeleide respondenten die uit Azië afkomstig zijn dan in de twee andere gebieden. Van een ander patroon in de openluchtrecreatieactiviteiten hebben we zo goed niets kunnen terugvinden. Dat 'bossen en natuur' meer favoriet zijn en een 'kleinere schaal en meer gesloten karakter' relatief meer waardering krijgen past bij de kenmerken van het Brabantse landschap;
4. De bovenstaande conclusies geven een fingerwijzing naar de 'Creative Capital Theory' van Florida. Hij stelt dat kenniswerkers een speciale soort is die zich daar vestigt waar de leefomgeving of habitat het beste bij zijn levensstijl past. Of dat voor de drie onderzochte gebieden geldt, vraagt om meer onderzoek.

6 Ontwerpateliers over de gewenste opzet en kwaliteit van de groene ruimte

Voor internationale kennisintensieve bedrijven is de productiefactor arbeid relatief belangrijk. Deze bedrijven hebben kenniswerkers met de juiste opleiding en ervaring nodig. Deze kenniswerkers leven graag in regio's met een hoge QoL. Dus vestigen kennisondernemingen zich in regio's waar kenniswerkers graag willen wonen. Dat brengt ons bij de vraag of het zinvol is, en zo ja hoe, om te investeren in de kwaliteit van de groene ruimte om internationale kennisintensieve bedrijven aan te trekken. Uit het literatuuronderzoek en de enquête komen voornamelijk kwantitatieve delen van het antwoord op deze onderzoeksvraag. Drie belangrijke kwalitatieve aspecten over de groene stedelijke ruimte en het landschap missen:

- Welke stedenbouwkundige, landschapsarchitectonische en architectonische ontwerpeisen komen voort de wens om aantrekkelijk te worden en hoe zijn die inpasbaar in de huidige ontwerppraktijk?
- Met welke andere functies zijn deze groenfuncties ten bate van het internationale vestigingsklimaat ruimtelijk combineerbaar met lokale, regionale en nationale groenfuncties?
- Wat zijn de ruimtelijke voorwaarden, wat zijn de grenzen? Welke belangen worden hierdoor verenigd of juist niet?

Om te komen tot integrale toekomstbeelden organiseerden we twee zoeklicht- en ontwerpateliers waarbij we de kwantitatieve uitkomsten van de enquête vertaalden in ruimtelijke concepten. Tijdens de ateliers schetsten landschapsarchitecten en stedenbouwkundigen samen met vertegenwoordigers uit de wereld van het internationale bedrijfsleven beelden voor de toekomst van locaties in de Amsterdamse Zuidas en omgeving en in de regio Haaglanden. Deze ateliers duurden een dag en ook vertegenwoordigers van de lokale en regionale organisaties deden mee.

Voor de ateliers kozen we de vorm van het implementation lab waarbij in een korte tijd volgens een strak tijdsplan waardevolle aanbevelingen gegenereerd worden. Die aanbevelingen aan de hand van een aantal subthema's of overwegingen liggen op het vlak van de ruimtelijke inrichting en de organisatie van het planningsproces.

6.1 Metropoolregio Amsterdam

Amsterdam is de meest populaire vestigingsplaats voor expats in Nederland. De gemeente Amsterdam wil die positie behouden en ontwikkelen en de concurrentie aangaan met andere steden in Noordwest-Europa zoals München en Stockholm. Welke rol speelt de inrichting van de groene stedelijke ruimte daarbij? Het Atelier sluit aan bij vragen die opgeworpen door zijn medewerkers van de gemeente Amsterdam. Concreet komen in Amsterdam twee thema's aan bod om de regio Amsterdam sterk maken van in de wereldwijde concurrentieslag:

- Aanbod, toegankelijkheid en marketing van groen, sport en recreatiemogelijkheden voor expats en andere stedelingen op regionale schaal;
- Kwaliteit van ontwerp, inrichting en beheer van de groenblauwe (openbare) ruimte aan de oostoever van de Nieuwe Meer, het Amsterdamse Bos en Buitenveldert.

In Amsterdam hielden twee werkgroepen zich op 22 januari 2009 met deze thema's bezig. Voor het verslag, zie bijlage 4.

Het atelier leverde de volgende suggesties op. Van de resultaten van groep 1, **Aanbod, toegankelijkheid en marketing**, sprak de thematische assenbenadering aan. Vooral het combineren van de assen tot een regionaal netwerk werd verder uitgewerkt. De assen lopen door de stad heen en verbinden het stadscentrum met buitengebied. Op de knooppunten van de assen komen de 'leisure transferia'. Hoe die transferia te organiseren en vorm te geven, vraagt om verdere uitwerking. Groep 2, **Kwaliteit van ontwerp, inrichting en beheer**, behandelde een gebied met tal van beperkingen (geluidshinder van weg en vliegveld) waarop tal van ruimtelijke reserveringen liggen. Als het lukt om de sociale en de fysieke netwerken te koppelen komt er een vernieuwend perspectief voor een kwalitatieve impuls van de Noordoever. Met een drijvend Olympisch dorp kan het imago 'cultureel waterrijk' van de stad goed uitgewerkt worden.

6.2 Haaglanden

Het atelier was op 29 september 2008 overdag in 'Stroom' in het kader van de PLUREL Conferentie. PLUREL is een Europees onderzoeksproject over processen in de stadsrand. Het atelier leverde stof op voor een debat over de groene ruimte op diezelfde avond, ook in Stroom. Deelnemers waren aan de ene kant mensen rond de PLUREL Conferentie en aan de andere kant vertegenwoordigers van de lokale (gemeente Den Haag) en regionale organisaties (Haaglanden). Zij brachten de regionale kwesties, kennis en vaardigheden in.

Het Atelier sloot aan bij vragen die opgeworpen worden in het concept van de 'Nota van Uitgangspunten Internationale Zone Den Haag'. In deze nota doet de gemeente uitspraken over onder andere wonen, openbare ruimte, groen en water. Dit zijn juist die thema's die in het Wageningen UR-onderzoek en de enquête aan bod komen. Op een aantal specifieke plekken in de zone zijn vijf Clusters van te onderzoeken ontwikkellocaties benoemd: 1. World Forum, 2. Haagse Beek / Houtrustbrug, 3. Hubertusviaduct, 4. Kazernes en 5. Vredespaleis. In de zoektocht naar oplossingen zijn de gewenste karaktertrekken van de Internationale Zone richtinggevend: internationaal, groen en sophisticated (ver-door-ontwikkeld).

In de ontwerpateliers werden we deze begrippen concreet gemaakt in ruimtelijke suggesties voor een drietal ontwikkellocaties in de zone die aansluiten bij de drie genoemde thema's:

- Groen als ontwerpopgave voor de internationale zone / internationaal landschap / contact met gemeente en bijvoorbeeld TCN;
- Veiligheid in de internationale zone (zowel wens van bewoners als van instituten) / contact met project secure haven (Haagse vestiging Universiteit van Leiden) waarin onderzocht wordt hoe comfort en veiligheid samen kunnen gaan;
- Bestuurlijke strategieën om groen een grotere rol te geven in regio, bijvoorbeeld inzetten op voedselkwaliteit en -productie (vgl. Proeftuin Amsterdam).

De Thema 1 speelt bij Cluster 2, Haagse Beek. Bij de Houtrustbrug zitten het verkeer, OV en natuur en milieu elkaar in de weg bij een ingewikkelde kruising van stromen. Daarnaast vraagt de inrichting van de openbare ruimte om verbetering. Thema 2 komt in Cluster 1, Word Forum en omgeving, uitgebreid aan bod. De kwaliteit en functionaliteit van de openbare ruimte laat te wensen over, openbaarheid en veiligheid moeten in de toekomst gegarandeerd blijven en de relatie met het Groene Stadshart van Den Haag en de omliggende wijken kan veel beter.

Alterra (Peter Veer) zorgde voor een presentatie van de resultaten van het atelier voor een breder gezelschap tijdens het 'Stroom debat' 's avonds. Ook kwamen de eerste resultaten van de enquête 'use and significance for expats' over het voetlicht. Het debat ging over de vraag of 'groen en internationaal vestigingsklimaat' en 'cultuur' ingezet kan worden voor het ruimtelijk beleid in de relatie tussen stad en land. Het organiseren van het

debat was de verantwoordelijkheid van Stroom. Gezien een aantal buitenlandse deelnemers was de voertaal van de workshop Engels. Voor het verslag van dit ontwerpatelier, zie bijlage 3.

De twee werkgroepen leverden de volgende suggesties aan de gemeente Den Haag en de regio Haaglanden op:

- Laat de gehele Haagse samenleving profiteren van de internationale gemeenschap;
- Kijk naar andere gebieden om de internationale organisaties te vestigen. Verander de richting van de Internationale Zone van zuid-noord naar west-oost (eilanden voor de kust - Binckhorst)
- Experimenteer met virtuele beveiligingssystemen en besteed daarbij extra aandacht aan de sociale, culturele en ethische kwesties;
- Zorg voor nieuwe verbindingen in de groen-blauwe infrastructuur om de ecologische waarden in de stad te verhogen en het gebruik en ervaring van het stedelijk groen door de bewoners te verbeteren;
- 'Green, international and sophisticated' is een containerbegrip. Hierin zijn in ieder geval opgenomen: multifunctioneel gebruik van het stedelijk groen, slimme energieconcepten, hoog niveau van ontwerp, speciale aandacht voor detaillering, goede kwaliteit van beplanting en ander materiaal en uiteraard goed beheer.

In de avond kwamen deze suggesties aan bod tijdens een publiek debat in Stroom. Het debat was een onderdeel van 'Greenspotting Haaglanden'. De belangrijkste stelling in het debat was: Om de internationale positie van de Haagse regio te versterken, is een radicale verandering op de visie op stedelijk en regionaal groen nodig.

6.3 Overeenkomsten, verschillen en conclusies ontwerpateliers

Gedurende de ontwerpateliers, ieder met twee thema's, ontwikkelden de deelnemers aanbevelingen op het vlak van de ruimtelijke inrichting en de organisatie van het planningsproces. De ontwerpopgave was: hoe te investeren in de kwaliteit van de groene ruimte om 'nieuwe economie' aan te trekken? Uit de twee ateliers komen de volgende overeenkomsten, verschillen en conclusies:

1. Het gaat om groene recreatieve verbindingen, netwerken, in de stad, vanuit de stad naar het omringend landelijk gebied en in het landschap rond de stad;
2. Gebruik voor die netwerken voor iedereen beleefbare (groen/blauwe) structuren. Leg missende schakels aan;
3. Knooppunten met recreatieve voorzieningen 'leisure transferia' spelen in het netwerk een belangrijke rol;
4. Bij het ontwikkelen en ontwerpen van nieuwe gebruiksmogelijkheden van een gebied vooral kijken naar de combinatie van de ruimtelijke potenties van de plek en de sociale- en culturele netwerken die van de ruimte en voorzieningen gebruik kan of wil maken;
5. Ga met creativiteit om geluidshinder, veiligheidsvoorschriften en andere beperkingen en richt je meer op de ruimtelijke, sociale en culturele potenties van de plek;
6. Naast dit 'toegankelijk maken', is het 'bekend maken', de marketing, van het groen van essentieel belang;
7. Het gaat vooral om het ontwikkelen en vermarkten van hoogwaardige groene netwerken voor wandelen en fietsen in de bestaande stedelijke structuur, de verbindingen met de omliggende landelijke gebieden en een hoogwaardig groen recreatief netwerk in de regio;
8. In de marketing zoeken naar verhalen over de unieke combinatie van de recreatiewensen van de expats en de eigenschappen van het Hollandse landschap zoals de polders, plassen, duinen en de kust;
9. 'Verbinden' is een belangrijk gemeenschappelijk thema in de aangedragen ruimtelijke aanbevelingen. Daarbij gaat het om het verbeteren van de ecologische- en recreatieve structuur;
10. In beide steden maakt de lokale overheid onderscheid in ontwerp, aanleg en beheersniveaus van de openbare (groene) ruimte. Delen waar (buitenlandse) bezoekers komen krijgen meer aandacht, kwalitatief betere materialen en onderhoud op hoger niveau. In Den Haag is dat in de 'Internationale Zone' en

Amsterdam gebruikt de 'Pucini methode'. Daarmee investeren beide regio's extra in kwaliteit van de ruimte. Daarbij benadrukken de deelnemers dat de investeringen aan alle stadbewoners ten goede moeten komen en niet alleen de elite of de tijdelijke bezoekers.

7 Conclusies en aanbevelingen

Uit de enquête blijkt dat 67% van de ondervraagden groene elementen noemt in de beschrijving van hun favoriete woonsituatie. Wandelen en fietsen zijn ronduit de meest populaire openluchtrecreatieactiviteiten. Hardlopen en joggen staan ook hoog genoteerd. Voetbal en andere balsporten en zwemmen worden vaak genoemd. Golf en 'Extreme en duursporten' (zie par. 3.3) komen tegen de verwachting in niet veel voor. Voor de meest populaire openluchtrecreatieactiviteiten zijn geen speciaal aan te leggen voorzieningen nodig. Wel vraagt het om hoogwaardige groene netwerken in de directe woonomgeving, in de stad en met goede verbindingen in de stadrand en in het omliggend landelijk gebied. Het Vondelpark is het meest favoriete Nederlandse stadspark. Droogmakerijen en laagveengebieden zijn de favoriete Nederlandse landschappen. Uit de door ons verrichte studie zijn de volgende aanbevelingen voor het ruimtelijk beleid en ordening te destilleren:

1. Investeer in kwaliteit van openbaar stedelijk groen en openluchtrecreatievoorzieningen in de directe leefomgeving;
2. Ontwikkel 'groene' recreatieve netwerken voor wandelen, joggen en fietsen in de stad, vanuit de stad naar het omringend landelijk gebied en in het landschap rond de stad en begin met het opruimen van barrières;
3. De voorkeur van de respondenten gaat uit naar de volgende vormkenmerken van het stedelijk groen, landschappen en openluchtrecreatievoorzieningen: natuurlijk, wild, grootschalig, authentiek en met gebogen romantische lijnen. De voorkeur voor grootschaligheid wijkt af van de uitkomsten van onderzoeken onder Nederlandse respondenten, die over het algemeen een voorkeur voor kleinschalige landschappen hebben;
4. Het hoge percentage respondenten dat geen (bruikbaar) antwoord weet te geven op favoriete Nederlandse groene gebieden wekt de suggestie dat deze gebieden voor expats minder belangrijk zijn of dat een deel van de expats de gebieden nog niet ontdekt hebben, iets waar je met een marketingstrategie verbetering in zou kunnen brengen;
5. De 'onderscheidende vermogens' van de drie onderzochte regio's kunnen verder uitgebuit worden, zowel in beleid, vormgeving en communicatie over stedelijk groen en het landschap;
6. Knooppunten met recreatieve voorzieningen ('leisure transferia') kunnen in het netwerk een belangrijke rol spelen;
7. Gebruik voor iedereen beleefbare (groen/blauwe) structuren;
8. Let bij het ontwikkelen en ontwerpen van nieuwe mogelijkheden van een gebied vooral naar de combinatie van de ruimtelijke potenties van de plek en de sociale- en culturele netwerken die van de ruimte en voorzieningen gebruik kunnen of willen maken;
9. 'Verbinden' is een belangrijk gemeenschappelijk thema in de aangedragen ruimtelijke aanbevelingen. Daarbij gaat het om het verbeteren van de ecologische- en recreatieve structuur.

Voor toekomstig onderzoek doen wij de suggesties om aandacht te besteden aan de volgende onderwerpen:

1. Op welke wijze kent een creatieve kenniswerker, met zijn specifieke stijl van leven, betekenis toe aan zijn (groene) fysieke leefomgeving? Een aanknopingspunt daarbij is dat Florida vermoedt dat de kenniswerker in dit opzicht 'als een toerist' zal zijn (zie par. 3.3.);
2. Voor de ruimtelijke planning van de openluchtrecreatiemogelijkheden en stedelijk groen voor expats is meer inzicht nodig in hoeveel groen er binnen welke straal nodig is, en aan welke kwaliteitseisen dat groen moet voldoen;
3. In invloedrijke analyses en ranglijsten van QoL zoals van Mercer komen 'Groene' factoren niet of slechts zeer zijdelings voor. Hoe kunnen factoren 'stedelijk groen en openluchtrecreatiemogelijkheden'

geoperationaliseerd worden voor dit soort analyses en ranglijsten? (Een antwoord op vraag 2 komt daarbij goed van pas);

4. De gegevens uit deze enquête en de uitkomsten uit dit onderzoek winnen aan betekenis als vergelijkbare onderzoeken ook in andere (concurrerende) Europese regio's uitgevoerd zouden worden; dit maakt een vergelijking tussen de regio's mogelijk;
5. Wat zijn de potenties van 'knooppunten met recreatieve voorzieningen' of te wel 'leisure transferia' en wat zijn de factoren die zo'n transferium tot een succes maken?;
6. Op een aantal locaties in Nederland worden pogingen gedaan om het stedelijk groen en de openbare ruimte in te richten voor expats. Daarbij is een vormtaal die als 'international style' te kenschetsen kan worden dominant. Deze vormtaal wordt overal op de wereld toegepast en draagt niet bij aan het 'onderscheidend vermogen' van de regio. Hoe kunnen de specifieke kenmerken van het Nederlandse landschap ingezet worden voor het ontwikkelen van een vormtaal die wel bijdraagt aan het 'onderscheidend vermogen'? Een extra analyse van de enquête-uitkomsten en het landschapsontwerp van de High Tech Campus in Eindhoven kan daarbij als een pilot dienen;
7. De organisaties die als doel hebben om er voor te zorgen dat internationale kennisondernemingen zich in Nederland vestigen gebruiken 'stedelijk groen en openluchtrecreatiemogelijkheden' al wel om het 'onderscheidend vermogen' van regio's in beeld te brengen (Luttik et al., 2009)? Maar de mogelijkheden die groen en recreatie daarvoor bieden buiten ze nog onvoldoende uit, de vraag is hoe dit te verbeteren;
8. Met welke beelden en verhalen kunnen de specifieke kenmerken van het Nederlandse landschap ingezet worden voor het verder ontwikkelen van het 'onderscheidend vermogen' van de regio's voor expats en internationale kennisondernemingen? In de enquête-uitkomsten zitten aanwijzingen verborgen om die verhalen en beelden expliciet te maken;
9. Aan de 'Streekrekening Het Groene Woud' in Brabant doet vrijwel geen internationaal georiënteerde onderneming mee. Hoe kunnen zij overgehaald worden om aan zulke initiatieven mee te doen?
10. De wijze waarop leden van de creatieve klasse het landschap beleven is vanuit hun specifieke cultuur vaak 'snel'. Nu gaan de veranderingsprocessen in de natuur, het landschap of stadspark nogal traag en zijn niet vernieuwend. Hoe deze tegenstelling te overbruggen in inrichting en vormgeving van het stedelijk groen in de toekomst?

Literatuur

Aalbers, C.B.E.M., et al, 2008. PLUREL Analysis of regional spatial planning and decision making strategies and their impact on land use in the urban fringe, Case study of The Hague Region, the Netherlands, Wageningen.

Andersson, E.A., 1991. De Randstadgroenstructuur en het vestigingsmilieu van bedrijven. Rapport 172. DLO-Staring Centrum (tegenwoordig Alterra), Wageningen.

BCI, 2005. Referentiekader Randstad Holland. Buck Consultants International, Nijmegen.

BCI, 2003. De internationale concurrentiepositie van Nederland bedreigd? NEPROM, Voorburg.

Brûle, T., 2007. Urban Manifesto in Monocle, London UK # 5 2007, # 15 2008, # 25 2009.

Boer, F., T. Hauben en M. Vermeulen, 2005. SUPERvillage. Urban Affairs en - Scape, Eindhoven.

Bruil en Peije, 2006. Buitenlanders kiezen voor Amsterdam en het Zuiden. PropertyNL Magazine Nr. 4: 14 maart 2006.

Cohen, N., 2000. Business Location Decision-Making and the Cities: Bringing Companies Back. The Brookings Institution: Center on Urban and Metropolitan Policy. Washington DC, USA.

Cornet, M. en M. Rensman, 2001. The location of R&D in the Netherlands; Trends, determinants and policy. CPB Document No 14, Den Haag.

Dienst Onderzoek en Statistiek Gemeente Amsterdam, 2008. Het Grote Groenonderzoek i.s.m. Dienst Ruimtelijke Ordening, Amsterdam.

Directoraat-generaal voor de Buitenlandse Economische Betrekkingen, 2006. In actie voor acquisitie, Hoe Nederland profiteert van buitenlandse investeringen, Ministerie van Economische Zaken, Den Haag.

Directoraat-generaal voor de Buitenlandse Economische Betrekkingen NFIA, 2008. Resultaten 2008. Ministerie van Economische Zaken, Den Haag.

Economist Intelligence Unit, <http://www.economist.com/blogs/theworldin2009>

Ernst & Young, 2005. The Netherlands...taking care of the future, Netherlands Attractiveness Survey 2005, Utrecht.

Florida, R., 2002. The rise of the Creative Class, and how it is transforming work, leisure, community and everyday life, Basic Books, New York, USA.

Hauben, T. et al, 2007. Het Geniale Landschap, Rotterdam.

Heertje, A., 2008. Echte economie, Nijmegen.

- Juurling [+], Geluk, 2007. Beeldkwaliteitstplan High Tech Campus Eindhoven.
- Jókövi, E.M., J. Bervaes en S. Böttcher, 2002. Recreatief gebruik van groene bedrijventerreinen; Een onderzoek onder werknemers en omwonenden. Rapport 518. Alterra, Wageningen.
- Jókövi, E.M en J. Luttik, 2003. Rood en groen: het combineren van verstedelijking en natuur in de praktijk. Wageningen: Natuurplanbureau (Werkdocument 2003/12).
- Kotkin, J., 2002. The New Geography: How the Digital Revolution is Reshaping the American Landscape. Random House, New York.
- Leveling, D. et al., 2005. Spannend Wonen? Woonwensen van expats in de Randstad Holland, Regioplan publicatie # 1320, Amsterdam.
- Love, L. en J. Crommpton, 1999. The role of Quality of Life in business (re)location decisions. Journal of Business Research, 44: 211-222.
- Luttik, J., B. Breman, F. van den Bosch en J. Vreke, 2009. Landschap als blinde vlek. Een verkenning naar de relatie tussen ruimtelijke factoren en het vestigingsgedrag van buitenlandse bedrijven. Wageningen, Wettelijke Onderzoekstaken Natuur & Milieu, WO-rapport 99.
- Mercer, <http://www.mercer.com/qualityofliving>
- Milieu- en Natuurplanbureau, 2007. Nederland Later, Tweede duurzaamheidsverkenning, deel fysieke leefomgeving Nederland, Bilthoven.
- Ministerie van Economische Zaken, 2004. Pieken in de delta, gebiedsgerichte economische perspectieven, Den Haag.
- Ministeries van LNV en VROM, 2009. Agenda Landschap, Den Haag.
- Ministerie van VROM, 2004. Nota Ruimte, Den Haag.
- Ministerie van VROM, 2008. Structuurvisie Randstad 2040, Den Haag.
- Ministerie van VROM, 2009. www.vrom.nl > onderwerpen > nota ruimte > vraag en antwoord
- NEI, 2000. Internationale benchmark regionaal investeringsklimaat.
- OECD, 1995. The measurement of scientific and technological activities. Manual on the Measurement of Human Resources devoted to S&T, OECD, Paris, France.
- OECD, 2007. Territorial reviews: Randstad Holland, Netherlands, Paris, France.
- Oort, F. van, A. Weterings en H. Verlinde, 2003. Residential Amenities of Knowledge Workers and the Location of ICT-Firms in The Netherlands. Journal of Economic and Social Geography, Vol. 94, No 4, pp. 516-523
- Raspe, O. en F. van Oort, 2007. Ruimtelijk beleid en kenniseconomie, Ruimtelijk Planbureau, Den Haag.

Rouwendaal, J. en W. van der Straaten, 2008. The cost and benefits of providing open space in cities, CPB Discussion paper # 89, Den Haag.

Salvesen, D. and H. Renski, 2002. The importance of Quality of Life in the location decisions of new economy firms, University of North Carolina, Chapel Hill, USA.

Secretariat of the International Organisations' Staff Association in The Netherlands, 2005. At home in Holland? The Hague.

UNCTAD, 2008. Inward FDI stock by Host Region and Economy 1980-2007, UNCTAD, Geneva, Switzerland.

Selectie van geraadpleegde websites:

www.brabantstad.nl

www.hetgroenewoud.com

www.zuidas.nl

www.fd.nl/artikel/10470564/nederland-land-blijde-expats

www.haaglanden.nl

www.brainport.nl

www.amsterdam.nl

www.wikipedia.nl

www.denhaag.nl

Bijlage 1 Vragenlijst enquête

Questionnaire 'Use and significance of (urban) green space for expats'

Introduction

At this moment you are living in the Netherlands with towns and villages in a characteristic flat country site: polders, lakes, woods, dunes, marches. How do you use these natural areas? What are your favourites and what do you miss?

In this survey we focus on the quality of the green world around us. It concentrates on the natural environment at your working place, your house and (urban) green space you use for sports, recreation and leisure. The aim of this research is to find factors that can be used as input in the urban and landscape planning in the Netherlands. The results of this survey will be used to improve the quality of life for people like you: knowledge workers, their partners and children.

Although we will ask some personal information like your favourite outdoor activities, we will respect your privacy. Information about your identity will be separated from the data generated by the questionnaire. Filling in the questionnaire will take about 25 minutes.

If you want to know more about the aim and background of this survey, [please click the help button. Furthermore, if you are interested in the results, please fill out your e-mail address at the end of the survey. Thank you for your co-operation.

On behalf, of Alterra Wageningen, Research Institute for the Green Environment, and the Dutch Ministry of Spatial Planning,

Joke Luttik,

Marijke van Winsum-Westra,

Peter Veer (co-ordinator)

e: peter.veer@wur.nl

t: 0317-47 45 53

Alterra, P.O. Box 47

6700 AA Wageningen

www.alterra.wur.nl

[Option 1, to the questionnaire]

[Option 2, Background]

Off shoring and outsourcing of industrial processes from Europe to low-cost regions like India and China are common these days. Now the same process of globalisation is at hand in the knowledge sectors. These high profile businesses and organisations play a key role in the regional economy in most urban regions. In north-western parts of Europe regions around cities like Stockholm, Munich and Dublin compete to attract as much Foreign Direct Investments in the knowledge sector as possible to strengthen their economy. The Netherlands are also active in this market. Amongst others, Amsterdam is popular in the creative sector and the financial services. Eindhoven attracts the more technically orientated ICT firms.

National and regional authorities and research institution take a growing interest in this topic. One of the themes is the choice of location of international orientated firms in the knowledge sectors. Research shows that in this sector state of the art Internet connections and the vicinity of an international airport hub are essential factors to choose a location for offices and laboratories. Another very important factor is the availability of high-educated employees.

Nowadays, finding and keeping high-educated employees is an important quest for human resource managers. Primary and secondary working conditions are essential. But also the Quality of Life (QoL) factors are important. In this survey, we focus on a physical QoL factor: the green world around us. We take a look at the spatial layout of business parks, the green part of the living environment, outdoor places to spend free time for leisure, sports and recreation. In the available research reports there is little data to be found on the use and significance of (urban) green space by expatriates (and their partners and children).

In this survey we will try to find out the use and significance of (urban) green space for expats. The aim of this research is to find factors that can be used as input in the urban and landscape planning in the Netherlands. The outcome of the questionnaire will be used in landscape design workshops in the Amsterdam and Eindhoven region. By creating attractive living, working and leisure environments for knowledge workers, regions can get a better position in the race to attract worldwide operating knowledge firms.

If you are interested in the results, please fill out your e-mail address at the end of the survey.

[to the questionnaire]

1. Please fill out the zip code of your primary work location

.....

<Selectie postcodegebied Groot Amsterdam+Haaglanden+Eindhoven, Tilburg, Den Bosch>

<Buiten dit gebied=Thank you for your cooperation>

1. What is your country of birth?

1. The Netherlands <quit questionnaire=Thank you for your cooperation>
2. Other: What is your place of birth?

Working in the Netherlands

2. What was the main reason for you to come to the Netherlands?

1. The company
2. The job itself
3. My partner got a job in the Netherlands
4. I wanted to come and live in the Netherlands
5. I wanted to come and live in this specific region/city
6. Central location in EU
7. Study
8. Other:

You have seen different parts of the world. Now you are working in a Dutch office building, studio or laboratory. Please visualise this building and the physical environment around it. How important do you personally consider the following factors on a scale of 1 (not important) – 5 (very important)

3. The architecture of the building

Not important	1	2	3	4	5	Very important
	☐	☐	☐	☐	☐	

4. The landscaping of the site

Not important	☐	☐	☐	☐	☐	Very important
---------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	----------------

5. The parking facilities						
Not important	☐	☐	☐	☐	☐	Very important

6. The connections to public transport						
Not important	☐	☐	☐	☐	☐	Very important

7. The road connections						
Not important	☐	☐	☐	☐	☐	Very important

8. The facilities for outdoor activities						
Not important	☐	☐	☐	☐	☐	Very important

9. What kind of outdoor activities do you take part in at your work location?

You have worked at different locations. Maybe you studied on an outstanding campus, or a colleague told you about a marvellous office building, or you visited the most fancy laboratory on a fantastic location.

10. Please name your **worldwide** most favourite **working location**:

Name:
and/or
Place:
and/or
Country:

Current living environment

11. Who arranged housing for you?

1. My employer
2. My partners employer
3. Myself/Ourselves
4. Other:

12. Did you have a choice between different houses?

1. Yes
2. No

13. Please fill out the zip code of your current living address

....

You have seen different parts of the world. Now you are living in a Dutch accommodation. We request that you visualise this, and the physical environment around it.

14. Please characterize your current residence and neighbourhood in a few words:

15. What kind of accommodation do you currently live in?

1. Apartment
2. Free-standing residence in garden
3. Semi-detached
4. Terraced house
5. Other: ...

16. Do you have a garden?

1. Yes, smaller than 200 m²
2. Yes, between 200 and 500 m²
3. Yes, larger than 500 m²
4. No

17. Do you have a scenic view from your house?

1. Yes, only scenery and trees
2. I see more scenery and trees than buildings
3. I see as many buildings as scenery and trees
4. I see more buildings than scenery and trees
5. No, I can only see buildings

18. How much time does it generally take to reach your worksite from home

1. More than 60 minutes
2. Between 30 and 60 minutes
3. Between 10 and 30 minutes
4. Less than 10 minutes

19. What means of transport do you use to go to work? (several options possible)

1. I walk
2. Bicycle
3. Car
4. Public transport

20. Could you please give us some insight into the composition of your household?

- .. adults (m)
- .. adults (f)
- .. child(ren) (m)
- .. child(ren) (f)

<No children, continue with Q 31>

Questions for parents

21. How old are your children?

1. Child .. years old
2. Child .. years old
3. Child .. years old
4. Child .. years old
5. Child .. years old

<Choose child at random >

Please keep the child of (#) years old in mind. > Q22 – Q24.

22. What kind of school does your child of (#) years old attend?

1. International school
2. Local school
3. Boarding school
4. Other:

23. Did the fact that you have (a) child(ren) influence your decision to choose your current living environment?

1. Yes, school availability
2. Yes, type of accommodation
3. Yes, type of neighbourhood
4. Yes, other
5. No

24. When your child participates in leisure activities, what is his/her preferred language?

1. Dutch
2. English
3. My own language: ...
4. Other language: ...
5. No preference

What outdoor facilities do you consider important for your child(ren)

25. A private garden

Not important	1	2	3	4	5	Very important
	☐	☐	☐	☐	☐	

26. Public green places in the neighbourhood

Not important	☐	☐	☐	☐	☐	Very important
---------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	----------------

27. Quiet and safe living environment

Not important	☐	☐	☐	☐	☐	Very important
---------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	----------------

28. Sports facilities in village or in the district of town I live in

Not important	☐	☐	☐	☐	☐	Very important
---------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	----------------

29. Other hobby facilities such as [...] please fill in

Not important	☐	☐	☐	☐	☐	Very important
---------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	----------------

30. Shops and services

Not important	☐	☐	☐	☐	☐	Very important
---------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	----------------

Preferred living environment

Probably you stayed on different locations and lived in different places. Please keep in mind your preferred living environment.

31. Does your current living environment match your desired living environment?
 1. Yes
 2. To some extent
 3. No
32. Where would you prefer to live?
 1. In a city
 2. In a main town (of the region)
 3. In a suburb
 4. In a country town
 5. In a smaller village
 6. In a rural area
 7. No preference
33. What kind of house would you prefer?
 1. Apartment
 2. Free-standing residence in garden
 3. Semi-detached
 4. Terraced house
 5. No preference
34. Would you like to have a garden?
 1. Yes, smaller than 200 m
 2. Yes, between 200 and 500 m²
 3. Yes, larger than 500 m²
 4. No
35. Would you like to have a scenic view from your house?
 1. Yes, I prefer a scenic view
 2. I prefer an equal proportion of buildings and scenery and trees
 3. I prefer seeing more buildings than scenery and trees
 4. No, I prefer seeing buildings
36. What do you consider as a reasonable commuting time?
 1. More than 60 minutes
 2. Between 30 and 60 minutes travel
 3. Between 10 and 30 minutes travel
 4. Less than 10 minutes
37. What means of transport would you prefer to use to go to work?
 1. Walking
 2. Bicycle
 3. Car
 4. Public transport
 5. No preference
38. Please characterize your favourite accommodation and neighbourhood in a few words:
39. Please name your **worldwide** most favourite

Neighbourhood or place to live:

Urban park or village green:

Green countryside (farms, hamlets, trees and fields):

Nature park or natural reserve area:

Holiday destination:

Around the house and in the neighbourhood

How important are the following facilities to you?

English based culture/leisure/entertainment

40. Not important	1	2	3	4	5	Very important
	☐	☐	☐	☐	☐	

High profile shops and services

41. Not important	☐	☐	☐	☐	☐	Very important
-------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	----------------

Quiet living environment

42. Not important	☐	☐	☐	☐	☐	Very important
-------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	----------------

Safe living environment

43. Not important	☐	☐	☐	☐	☐	Very important
-------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	----------------

Heritage value in my living environment

44. Not important	☐	☐	☐	☐	☐	Very important
-------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	----------------

Green places

45. Not important	☐	☐	☐	☐	☐	Very important
-------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	----------------

How important are 'green and nature' places in your living environment?

Green in the street I live in

46. Not important	1	2	3	4	5	Very important
	☐	☐	☐	☐	☐	

Neighbourhood parks

47. Not important	☐	☐	☐	☐	☐	Very important
-------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	----------------

City parks

48. Not important ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Very important

Green countryside (farms, hamlets, trees, and fields)

49. Not important ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Very important

Woods and nature areas

50. Not important ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Very important

51. What area do you consider your living environment or habitat?

1. My house and garden
2. My neighbourhood
3. The city I live in
4. The region I live in
5. Western-Europe
6. The world
7. Other:

Please visualise the way you like to furnish and decorate your house. Now we go outdoors.

52. What kind of 'green design' do you like most in your **outdoor** living environment?

Man made gardenlike	☐	☐	☐	☐	☐	Nature like wild
Authentic regional style	☐	☐	☐	☐	☐	Universal modern style
Straight business lines	☐	☐	☐	☐	☐	Curved romantic lines
Large scale open	☐	☐	☐	☐	☐	Small scale enclosed

How important is local quality of life for your decision to accept a job?

53. Not important ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Very important

54. Which aspects of quality of life you take into consideration?

- 1.....
- 2.....
- 3.....

Leisure activities

Besides living and working there may be time for leisure and sports activities. Please can you tell us more about how you spend your free time in the outdoors?

55. What recreational and leisure outdoor activities do you take part in on a regular basis? Please rank these activities: most favourite activity=1, least favourite=3)?

- 1.....
- 2.....
- 3.....

56. Which of these three outdoor activities do you take part in **most often**?

<answers 55> #1
 #2
 #3

57. How often do you take part in this particular outdoor activity?

1. Daily
2. A few times a week
3. Weekly
4. Monthly
5. ...

58. How much time do you spend each time you take part in this particular activity? minutes / time.

59. What facilities do you need for this activity (for example: pool, running track, ski lift)?

.....

60. What is your favourite point of departure for this activity?

1. House
2. Work
3. Other:

61. How much time do you need from the point of departure to reach the place where you take part in this activity? minutes.

62. What means of transport do you usually use to reach this place? (several options possible)

1. Walking
2. Bicycle
3. Car
4. Public transport
5. Other:

63. Do you currently miss facilities for outdoor activities?

1. Yes <continue with 64>
2. No <continue with 66>

64. Which one(s)?

...

65. This is because
- This type of facilities is not available in The Netherlands
 - The facilities are too far away from where I live
 - Other:

You are currently living in the Netherlands.

66. Please name your most favourite in **the Netherlands**:

Neighbourhood or place to live:

Urban park or village green:

Green countryside (farms, hamlets, trees and fields):

Nature park or natural reserve area:

Holiday destination:

General Questions

- In what year were you born?
- Are you male or female? ...
- Are you living with your familymembers?
 - Yes
 - No, they're living elsewhere
- What is your native language?
- Where did you get your highest diploma or degree?

Country:

Place:

- What type of studies did you follow?
 - Technical
 - Financial
 - Consultancy
 - Media/Communication
 - Biotechnology
 - Other:
- What kind of work do you do?
- In what kind of company do you work?
- How long are you working in the Netherlands?
- How long do you intent to stay in the Netherlands?
- How long did you, on average, stay on one working location?
- Do you have contact with other expats?
 - Yes, through which channels?
 - No
- If you would search for a/another job, through which channels would you do this?
- My e-mail address (if you want to receive the results):
- General remarks on subject and questionnaire:

Thank you for completing the questionnaire. As a reward we like to send you an incentive in the amount of 10 euros.

Please make your choice and fill in your contact details

- IRIS-coupon 10 euros <adresgegevens voor verzending>
- www.bol.com coupon 10 euros <email adres>

Bijlage 2 Tabellen waardering omgevingsfactoren

How important are the following facilities for you?

% of all respondents (n=229)	not important ————— very important					
	1	2	3	4	5	4+5
1. Safe living environment	0	1	7	22	70	92
2. Green places	0	1	10	32	57	89
3. Neighbourhood parks	0	2	12	33	53	88
4. City Parks	0	5	17	34	45	79
5. Green in the street I live in	0	5	17	34	44	78
6. Quiet living environment	1	5	17	31	45	76
7. Woods and nature areas	3	7	14	31	45	76
8. Green countryside (farms, hamlets, trees and fields)	4	10	21	29	36	65
9. English based culture/leisure/entertainment	13	12	24	26	25	51
10. Heritage value in my living environment	6	10	34	34	15	49
11. High profile shops and services	7	18	28	30	17	47

% of all respondents in Amsterdam region (n=79)	not important ————— very important					
	1	2	3	4	5	4+5
1. Neighbourhood parks	0	3	11	32	54	86
2. Safe living environment	1	1	13	28	57	85
3. City Parks	0	4	11	33	52	85
4. Green places	0	4	15	29	52	81
5. Quiet living environment	1	11	18	41	29	70
6. Green in the street I live in	0	9	23	27	42	69

7. Woods and nature areas	8	10	19	20	43	<i>63</i>
8. English based culture/leisure/entertainment	11	9	24	27	29	<i>56</i>
9. Green countryside (farms, hamlets, trees and fields)	9	14	23	19	35	<i>54</i>
10. High profile shops and services	9	11	29	32	19	<i>51</i>
11. Heritage value in my living environment	8	11	34	33	14	<i>47</i>

% of all respondents in The Hague region (n=92)	not important ————— very important					
	1	2	3	4	5	<i>4+5</i>
1. Safe living environment	0	0	3	15	82	<i>97</i>
2. Green places	0	0	9	30	61	<i>81</i>
3. Green in the street I live in	0	2	13	35	50	<i>85</i>
4. Neighbourhood parks	0	1	12	34	53	<i>87</i>
5. Quiet living environment	1	1	15	33	50	<i>83</i>
6. Woods and nature areas	0	4	13	33	50	<i>83</i>
7. City Parks	0	7	16	37	40	<i>77</i>
8. Green countryside (farms, hamlets, trees and fields)	1	10	20	30	39	<i>69</i>
9. Heritage value in my living environment	7	11	35	34	14	<i>48</i>
10. English based culture/leisure/entertainment	14	14	27	28	16	<i>44</i>
11. High profile shops and services	9	22	28	30	11	<i>41</i>

% of all respondents in Eindhoven region (n=58)	not important ————— very important					
	1	2	3	4	5	<i>4+5</i>
1. Safe living environment	0	2	3	24	71	<i>95</i>
2. Green places	0	0	5	38	57	<i>95</i>
3. Woods and nature areas	0	9	7	43	41	<i>84</i>
4. Neighbourhood parks	0	3	14	33	50	<i>83</i>

5. Green in the street I live in	0	3	14	45	38	<i>83</i>
6. Quiet living environment	0	3	19	17	60	<i>77</i>
7. Green countryside (farms, hamlets, trees and fields)	3	5	19	40	33	<i>73</i>
8. City Parks	0	5	24	29	41	<i>70</i>
9. Heritage value in my living environment	3	5	34	38	19	<i>57</i>
10. English based culture/leisure/entertainment	12	14	19	22	33	<i>55</i>
11. High profile shops and services	3	21	26	28	22	<i>50</i>

Bijlage 3 Landschapstypen in Nederland

Heuvelland

Het heuvelland vormt een uitloper van het Europees middelgebergte en bestaat uit een afwisseling van open plateaus, doorsneden met steile en besloten dalen. Langs de dalflanken liggen de dorpen, boerderijen en bossen.

Zandgebied

De zandgebieden bestaan uit hoge stuwwallen met bossen, opgestuwd door landijs in de ijstijd, en lager gelegen, glooiende afzettingen van de wind (het dekzandgebied). Fijn vertakte bekenstelsel en een langdurig gebruik door de mens zorgen hier voor een gevarieerd landschap met beekdalen, brinkdorpen, essen, kastelen en buitenplaatsen.

Hoogveenontginningsgebied

Deze gebieden zijn ontstaan door vergraving van hoogvenen. Het is een grootschalig en geometrisch landschap; lange kanalen, zijkanalen op regelmatige afstand en grote open vlakten daartussen.

Rivierengebied

Het rivierengebied wordt getypeerd door contrasten en scherpe grenzen. Parallel aan de rivier liggen achtereenvolgens uiterwaarden met zomerdijken, winterdijken, oeverwallen en stroomruggen met veel bebouwing en beplanting en ten slotte open komgronden.

Zeekleigebied

Het zeekleigebied ligt ongeveer op het niveau van de zeespiegel. De overgangen naar de zee en de grote wateren zijn scherp; grote open polders liggen achter hoge dijken.

Laagveengebied

Het laagveengebied is een typisch Hollands landschap; uitgestrekte weidegebieden met lange stroken grasland en veel sloten. Door inklinking van de veenlaag ontstaat een opmerkelijk effect: veenrivieren en boezemwateren liggen hoger dan hun omgeving.

Droogmakerij

Droogmakerijen zijn voormalige plassen in het laagveengebied die zijn drooggemalen en in gebruik genomen. Rond een regelmatig verkaveld landbouwgebied slingert een ringvaart langs de voormalige grens van water en land. De IJsselmeerpolders zijn moderne droogmakerijen. De Beemster is als kenmerkende droogmakerij op Unesco's lijst van Werelderfgoederen geplaatst.

Kustzone

De kustzone bestaat uit duinen, strandwallen en strandvlakten. De binnenduinrand is van oudsher bewoond. Hier zijn ook de buitenplaatsen gesticht. Verbindingslijnen liggen evenwijdig aan de kustlijn.

Verstedelijkt gebied

De verstedelijkte gebieden zijn min of meer aan elkaar gegroeide bewoningsgebieden met daarmee samenhangende functies als snelwegen, spoorlijnen, industriegebieden, bedrijventerreinen en glastuinbouwgebieden. De bewoningsgebieden zijn soms van elkaar gescheiden door groenzones.

Tabellen favorieten

Favoriete landelijk gebied in Nederland		Categorie
Heerlen	1	Heuvelland
Kerkrade	1	Heuvelland
Limburgse heuvelland	1	Heuvelland
Maastricht	1	Heuvelland
Rond Maastricht	1	Heuvelland
Vaals	1	Heuvelland
Valkenburg	1	Heuvelland
Zuiden van Nederland	1	Heuvelland
Zuid-Limburg	1	Heuvelland
Limburg	4	Heuvelland
Heuvelland	13	
Castricum	2	Kustzone
Duinen	5	Kustzone
Meijendel	1	Kustzone
Rond Wassenaar	1	Kustzone
Sassenheim	1	Kustzone
Scheveningen	1	Kustzone
Schiermonnikoog	2	Kustzone
Strand	1	Kustzone
Terschelling	2	Kustzone
Texel	7	Kustzone
Wassenaar	6	Kustzone
Zuid-kennemerland	1	Kustzone
Kustzone	30	
't Geertje bij Zoetermeer	1	Laagveen en droogmakerijen
Aalsmeer	1	Laagveen en droogmakerijen
Abcoude	1	Laagveen en droogmakerijen
Amsterdam	1	Laagveen en droogmakerijen
Amsterdamse bos	2	Laagveen en droogmakerijen
Breukelen	1	Laagveen en droogmakerijen
Delft	3	Laagveen en droogmakerijen
Den Haag	2	Laagveen en droogmakerijen
Friese meren	1	Laagveen en droogmakerijen
Friesland	2	Laagveen en droogmakerijen
Giethoorn	4	Laagveen en droogmakerijen
Gouda	1	Laagveen en droogmakerijen
Gouda	1	Laagveen en droogmakerijen
Haarlem	2	Laagveen en droogmakerijen
Haarlem Noord	2	Laagveen en droogmakerijen
Haarlemmerhout	1	Laagveen en droogmakerijen
Keukenhof	3	Laagveen en droogmakerijen
Kinderdijk	4	Laagveen en droogmakerijen

Langs de Amstel	1	Laagveen en droogmakerijen
Leiden	1	Laagveen en droogmakerijen
Leidschendam	1	Laagveen en droogmakerijen
Loosdrecht	1	Laagveen en droogmakerijen
Midden Delftland	1	Laagveen en droogmakerijen
Put van Weber	1	Laagveen en droogmakerijen
Spaarnwoude, Haarlem	1	Laagveen en droogmakerijen
Steenwijk	1	Laagveen en droogmakerijen
Tussen Leiden en Katwijk	1	Laagveen en droogmakerijen
Volendam	2	Laagveen en droogmakerijen
Voorburg	1	Laagveen en droogmakerijen
Waterland	3	Laagveen en droogmakerijen
Westland	1	Laagveen en droogmakerijen
Zaandam, Zaanstad, Zaanse schans	4	Laagveen en droogmakerijen
Zandvoort	1	Laagveen en droogmakerijen
Zuidwest Friesland	1	Laagveen en droogmakerijen
Laagveen en droogmakerijen	55	
Ammerzoden	1	Rivierengebied
Biesbosch	1	Rivierengebied
Neer	1	Rivierengebied
Tussen Breda en Dordrecht	1	Rivierengebied
Waardenburg	1	Rivierengebied
Zwolle	1	Rivierengebied
Rivierengebied	6	
Warande, Tilburg	1	Verstedelijkt gebied
Clingendael park	1	Verstedelijkt landschap
Recreatiepark Aquabest	1	Verstedelijkt landschap
Vondelpark	2	Verstedelijkt landschap
Verstedelijkt landschap	5	
't Gooi	1	Zandgebied
Achterhoek	1	Zandgebied
Bos bij Tilburg	1	Zandgebied
Bos in zuiden van Nederland	1	Zandgebied
De Bilt	1	Zandgebied
Drenthe	2	Zandgebied
Eindhoven	1	Zandgebied
Groesbeek	1	Zandgebied
Hengelo	1	Zandgebied
Heusden	1	Zandgebied
Hoge Veluwe	6	Zandgebied
Kempen	1	Zandgebied
Loon op zand	1	Zandgebied
Lunteren	1	Zandgebied
Maarn	1	Zandgebied

Mierlo	1	Zandgebied
Oisterwijk	1	Zandgebied
Omgeving Tilburg	2	Zandgebied
St Odilienberg	1	Zandgebied
Ten zuiden van Eindhoven	1	Zandgebied
Utrecht	1	Zandgebied
Veluwe	1	Zandgebied
Veluwe	3	Zandgebied
Vught	1	Zandgebied
Zandgebied	33	
Boederijen in Friesland	1	Zeekleigebied
Groningen	3	Zeekleigebied
Groningen	1	Zeekleigebied
Noord-Nederland	1	Zeekleigebied
Zeeland	7	Zeekleigebied
Zeekleigebied	13	
't Wold	1	Niet specifiek
Boederijen	1	Niet specifiek
Bos	1	Niet specifiek
Heel Nederland	3	Niet specifiek
Parks	1	Niet specifiek
Trees en fields	1	Niet specifiek
Woods	1	Niet specifiek
Ardennen	1	Buitenland
Weet niet	59	Weet niet
Weet niet en overig	69	
Totaal	138	

Favoriete natuurgebied in Nederland		Categorie
Apeldoorn	2	Bos en heide
Bos	1	Bos en heide
Grote Peel	1	Bos en heide
Hilversum	1	Bos en heide
Loonse en Drunense duinen	4	Bos en heide
Meinweg	1	Bos en heide
Nature park in central holland	1	Bos en heide
Ulvenhout	1	Bos en heide
Doorn, Utrechtse heuvelrug	2	Bos en heide
Veluwe	15	Bos en heide
Vught	1	Bos en heide
Totaal bos en heide	30	
Hoge Veluwe	31	Hoge Veluwe

Kinderdijk	3	Cultuurlandschap
Limburgse heuvels	1	Cultuurlandschap
Volendam	1	Cultuurlandschap
Zwolle	1	Cultuurlandschap
Bulb fields, keukenhof	2	Cultuurlandschap
Cultuurlandschap	8	
Biesbosch	4	Natte natuur
Big pool in Groningen	1	Natte natuur
Lauwersmeer	2	Natte natuur
Lepelaarsplassen	1	Natte natuur
Natuurpark IJlstad	1	Natte natuur
Waterland	1	Natte natuur
Wieden	1	Natte natuur
Natte natuur	11	
Amsterdamse bos	7	Parken
Delftse hout	1	Parken
Flevopark	1	Parken
Sarphatipark	1	Parken
Statenlaanpark	1	Parken
Vondelpark	3	Parken
Westerpark	2	Parken
Blijdorp, Efteling	2	Parken
Parken	18	
Strand	3	Strand en duinen
Bloemendaal a/z	2	Strand en duinen
Castricum	2	Strand en duinen
Dunes	8	Strand en duinen
Kennemerduinen	6	Strand en duinen
Meijendel	3	Strand en duinen
(Panbosch) Wassenaar	2	Strand en duinen
Zandvoort	1	Strand en duinen
Zeeland	3	Strand en duinen
Strand en duinen	30	
Terschelling	1	Wadden
Texel	3	Wadden
Wadden	4	Wadden
Ameland	1	Wadden
Wadden	10	
Leiden	1	Weet niet; niet in te delen
Leidop	1	Weet niet; niet in te delen
Den Haag	1	Weet niet; niet in te delen
Amsterdam	2	Weet niet; niet in te delen

Weet niet	82	Weet niet; niet in te delen
Weet niet; niet in te delen	87	
Totaal, n =	174	

Favoriete park in Nederland		Aantal keer genoemd
Vondelpark	Amsterdam	54
Westbroekpark	Den Haag	14
Amsterdamse bos	Amsterdam	8
Clingendael	Den Haag	8
Westerpark	Amsterdam	8
Genneperparken	Eindhoven	6
Haagse bosch	Den Haag	5
Keukenhof	Lisse	5
Scheveningse bos	Den Haag	5
Beatrixpark	Amsterdam	3
Duinen	Den Haag, Wassenaar	3
Hoge Veluwe	Otterlo	3
Oosterpark	Amsterdam	3
Sarphatipark	Amsterdam	3
Stadswandelpark	Eindhoven	3
Delftse hout	Delft	2
Flevopark	Amsterdam	2
Haarlemmerhout	Haarlem	2
Kralingsebos	Rotterdam	2
Malieveld	Den Haag	2
Rembrandtpark	Amsterdam	2
Strand	Noordwijk	1
Belgische Park	Den Haag	1
Bergsche bos	Rotterdam	1
De Splinter	Eindhoven	1
De Horsten	Voorschoten	1
Efteling	Loon op zand	1
Erasmuspark	Amsterdam	1
Forepark	Leidschendam	1
't Loo	Apeldoorn	1
Valkenburg	Breda	1
Mariahoeve	Den Haag	1
Museumplein	Amsterdam	1
Kennemerland	Haarlem	1
Oostduinpark	Den Haag	1
Oude Warande	Tilburg	1
Paleistuin Noordeinde	Den Haag	1
Prins Bernardpark	Amsterdam	1
Put van Weber	Nieuwegein	1

Reeshofbos	Tilburg	1
Stadspark	Groningen	1
Wilhelminapark	Tilburg	1
Wilhelminapark	Utrecht	1
Zuiderpark	Den Haag	1
Weet niet of geen antwoord	-	61
Totaal		61

Bijlage 4 Report Design workshop 'Expats & Urban Green' Stroom, The Hague, September 29th. 2008

Participants

Efrosyni Antoniou (Student Wageningen UR), Duzan Doepel (Designer DJSA Rotterdam) Joost Emmerik (Landscape architect, The Hague City Council), Jessica Heidekamp (Department of Economics, Haaglanden Region), Annet Kempenaar, facilitator (Landscape architect, Alterra Wageningen UR), Koos van der Bruggen (Coordinator Security Programs, University Leiden, Campus Den Haag), Jeroen Kruit (Landscape architect, Alterra Wageningen UR), Danielle Li (Student Wageningen UR), Joke Luttik, facilitator (Researcher, Alterra Wageningen UR), Peter Luttik (Management Consultant, Dotank) Annechien Meier (Visual artist, The Hague), Ewa Rajchert (Student Wageningen UR), E.C. Vaillant (The Hague City Council), Peter Veer, coordinator (Landscape architect, Alterra Wageningen UR), Tsveta Velinova (Employee Haaglanden Region), Jan Verburg (Urban planner, The Hague City Council), Francien van Westrenen, host (Stroom The Hague)

Commissioners

The Dutch Ministry of Planning (VROM) and Wageningen UR in co-operation: Stroom, The Hague center for visual arts and architecture / Haaglanden, City region / The Hague City council / PLUREL, European integrated research project on Peri-urban Land Use partners: Van Hall / Larenstein and Alterra Wageningen UR



© Monocle #05 July/August 2007, Quality of Life, p.19

The Hague promotes itself as the World Capital of Peace and Justice. In the city the headquarters of some worldwide leading companies can be found (Shell). The region wants to strengthen this international position and the City Council develops a new strategy 'The Hague International Zone' to attract more international firms and organisations. In this strategy public space plays an important role.

The draft version of the City Council strategy says that the public open space in the International Zone has to be green, international and sophisticated.

The Alterra Wageningen UR research project 'Green-blue landscape services in the globalising economy' pays attention to the use and significance of (urban) green places for expats. The outcomes of the workshop are used in the public debate on the same subject in Stroom the same evening. The results will also be a part of the Alterra Wageningen UR and PLUREL research projects. The results will be published in the first half of 2009.

The 'The Hague workshop' focus in two working groups on two themes:

- 'Green, international and sophisticated' is the general characteristic of the International Zone. Which designs can contribute to this profile?
- Most of the parks and lanes are public space. How can security be guaranteed for vulnerable institutions like the Former Yugoslavia Tribunal (ICTY) while preserving the public character (The 'secure haven' concept)?

Introduction

Francien van Westrenen (Host, Stroom The Hague) welcomes all the participants. Peter Veer (researcher Alterra Wageningen UR) gives a first glance on the results of questionnaire held in the target group of expats working in three Dutch regions: Haaglanden, Amsterdam Metropolitan Area and the Eindhoven region. The subject of the research is the use and preferences of expats on urban green and outdoor leisure. This is, as far as we know, the first statistic reliable questionnaire worldwide ever held about this subject. For this presentation, see appendix 1.

'Secure Haven' concept



Dr. Koos van der Bruggen, Co-ordinator Security Programs, University Leiden, Campus Den Haag presents his work. In co-operation with TNO and Cap Gemini the The Hague branch of the Leiden University takes a closer look at the conditions and terms of safety than can play a key role in the development of The Hague as a preferred location of international organizations in the field of Peace and Justice.

Proceedings

On this day we will work according to the 'Implementation Lab' method developed by MILUnet. This method generates meaningful suggestions in a short period of time to the The Hague City Council to improve their environmental strategy to become the World Capital of Peace and Justice. An 'Implementation Lab' takes three days. So today's program is only inspired on this method. A film on DVD instructs the participants.

In most of the Quality of Life research the factors 'Urban green & Outdoor leisure' are almost absent. The international 'Monocle' magazine is an exception. They published this year their second edition of 'The World's Top 20 Most Liveable Cities'. In their manifesto and ranking urban green is a starting point. On the web there is a animation film that communicates fine examples of top urban (green) design mentioned in the manifesto. This short film inspires the participants.

The participants split into two groups focusing on two themes: 'Green, international and sophisticated' and 'The secure haven concept'. After a hard day of work the two groups present the outcomes to each other:

Design workgroup 1, 'Green, international and sophisticated'



Local participant: Jan Verburg (Urban planner, The Hague City Council)

Facilitator: Annet Kempenaar (Landscape architect, Alterra Wageningen UR)

Case study area: Houtrustbrug

Challenge: Which are the starting points in urban green design that contribute to 'Green, international and sophisticated'

There wasn't a design or programmatic issue directly related to 'The Hague, City of Peace and Justice'. So this played an unimportant role in the discussion. During the sketching session the group characterize the Houtrustbrug and surroundings as a sort of 'non-place'. The place has a lot of potential but lacks character. Invited by Jan Verburg the group formulate an indicative program for design session:

-
- Development of the road as a part of the inner passing through route (rondweg) of The Hague.
- Connection of two separated parts of the Haagse beek, the The Hague brook.
- Development of the area as sophisticated international area (as part of the city for peace and justice).

The group suggests design options based on the idea to give the place more profile. An important and critical factor for the whole area is the design of the road and the way it is/will be situated in its surrounding in the future. Several options for sound barriers were discussed. Also the desire for a new design for the bridge was expressed to make the bridge a significant feature for both the traffic on the road as for the surrounding area.



The Haagse beek has great potentials as green blue connecting element in the The Hague urban tissue. In this case study area the course of the brook is hidden in a pipe. This pipe crosses the canal underground by a siphon. So the ecological connections and visibility of the course are interrupted. An important suggestion is to connect both ends of the Haagse beek on ground level by making a bridge, an aquaduct, over the canal.

Some sketching shows that this is one of the best options to create a sophisticated place/park situation. Now the canal is mostly used in the water system of The Hague to ensure dry feet in the 'polder' parts of town. It connects the low area on the more east site of The Hague to the pumping station at Scheveningen harbour. This area is barely used at this moment and could add to the image of Den Haag as city near the sea. The group suggest making better use of the canal: Use the canal for a slow traffic route between city and sea. Several options for the use of this zone were discussed.

Design workgroup 2, 'The 'secure haven' concept



Local participant: Joost Emmerik (Landscape architect) and E.C. Vaillant (both The Hague City Council)

Facilitator: Joke Luttkik (Researcher, Alterra Wageningen UR)

Case study area: Around World Forum

Challenge: How can security be guaranteed for vulnerable institutions like the Former Yugoslavia Tribunal (ICTY) while preserving the public character?

The local participants give an introduction of the area and the questions involved. The Hague wants to be the 'World Capital of Peace and Justice'. So the town wants to adjust the social, cultural and environmental conditions to the high standards of international organisations and embassies. Around the World Forum Congress Centre (former Congresgebouw) The Hague develops a special cluster in the Peace & Justice sector. These vulnerable institutions ask a high level of social and spatial security. This can conflict with the public and green character of the area. So this group starts a quest for the translation of the 'Secure Haven' concept in terms of a safe green urban public space.

The group takes a closer look at three aspects: spatial, technical and cultural. But at first they make a small excursion in the rain. In the Stroom area they take a look at the The Hague urban tissue with high quality buildings for embassies and international organisations. They are hidden behind hedges, surrounded by high fences and have a closed gate guarded by armed security staff or at least by cameras.

The quest starts at spatial aspects on different scales. There are two important observations. The first one is on the scale of the city: The International Zone now stretches in an S shape from south to north through town. Most international institutions are spread in this area. The second observation is on street or neighbourhood park level.



To protect a building properly it takes a guarded area of about 40 meters around it. In the urban quarters it is hard to find this space. So the security demands of the organisations can only be fulfilled using streets and public green. This is in conflict with the interest of the The Hague citizen who wants the normal use of his or her street and neighbourhood green. Two options were discussed: concentration of the institutions or integration in the exciting urban tissue. The group decided to work on the concentration option.

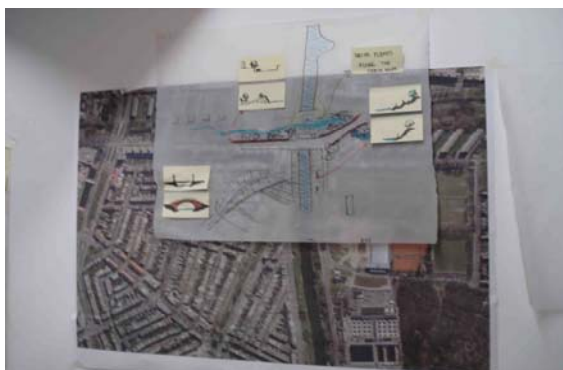
It would be an idea to concentrate the international organisation into two clusters. The first one finds its place on a new island in the North Sea just south of Scheveningen. The other cluster finds its place in neglected old industrial area in the poorer east side of town. These two locations can be developed exclusively for the embassies and other vulnerable institutions. The urban design of these areas can be of a high standard. The guarded area can take the form of a canal referring to traditional Dutch towns, a march with authentic peat

vegetation or campus like with trees on well-kept greens. In this option a green corridor with a new tramline can connect the two clusters. The corridor passes low profile residential areas that need redevelopment. And the new line crosses many public transport axes. So there will be a lot of hubs where the low class The Hague people get in contact with the high profile world of the diplomats. The direction of the International zone has to be turned from south – north to the west – east direction.

At airports and other vulnerable places such as the Mexican – USA border authorities experiment with all kind of technical ICT security systems to check people and goods. An example is the 'Virtual Fortress' concept. This is a combination of intelligent passes and active security. Every trustworthy person gets a special personalised chip in his or her purse, mobile phone or body. This chip communicates with a dynamic security system. In this system vulnerable parts of town get a rating that can change in time and space. If something special is at hand, the system checks everyone that crosses the virtual borders of the fortress. Certain groups can pass without problem. Others are stopped by special personal that only have to check these 'others'. The 'Virtual Fortress' concept raises not only technical questions such as: is the information on the chip safe, can a complete, very detailed and endless urban tissue be covered by such system, can the system handle the enormous amount of data in a proper way? There are also lots of ethical questions to this concept concerning the human rights.

The last question discussed was about cultural aspects. It would great if the concept of 'World Capital of Peace & Justice' is not only an imago but also the main character of The Hague. To 'brand' the city like that, the concept must be in every citizen, on every street corner, in schools, exhibitions. In short: in every vein. An important element could be an icon like the Statue of Liberty in New York.

Presentations of the outcomes

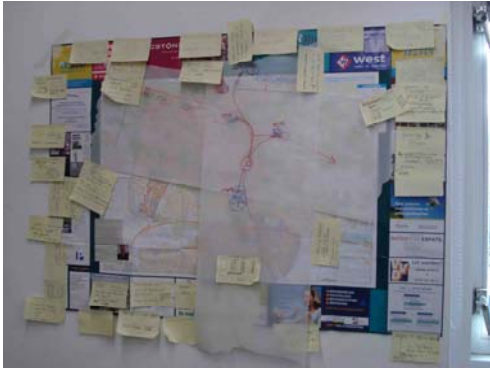


Presentation Workgroup 1. 'Green, international and sophisticated'

At the end of the afternoon the two groups merge and present their work to each other. In the discussion afterward the group formulate the main suggestions to the The Hague City Council to improve their environmental strategy to become the World Capital of Peace and Justice.

The suggestions are:

- Let the whole The Hague community benefit of the strategy and not only the international organizations
- Look for other areas to host the institutions and embassies. Change the direction of International Zone from south – north to west – east (island in the sea, Bickhorst)
- Experiment with virtual security systems but pay extra attention to the social, cultural and ethic questions
- Make new connection in the green – blue infrastructure to benefit ecological values and to improve the positive use and experience of urban green by the citizens
- 'Green, international and sophisticated' is a container. At least in the container are: multi functional use of urban green, smart energy concepts, high standards in design, special focus on detailing, good quality of greenery and materials and good 'house-keeping'.



Presentation Workgroup 2. 'Secure Haven' concept

In the evening these outcomes are presented to a broader audience during a public debate in Stroom. This debate is a part of the 'Greenspotting Haaglanden' manifestation.

Question discussed in the debate is: To strengthen the international position of the Haaglanden region a radical change in point of view on urban and regional green is needed.

References

- Brûlé, Tyler, Urban Manifesto, Monocle # 05 London July 2007
 Haccoû, Hubert et al, MILU: Multifunctional and Intensive Land Use, Gouda May 2007
 The Hague City Council, Den Haag Internationale Zone, Den Haag June 2008
 The Hague City Council, 2008 <http://www.wereldstadaanzee.nl/index.php?lang=nl>
 Monocle, <http://www.monocle.com>
 Stroom, http://www.stroom.nl/activiteiten/manifestatie.php?m_id=7229903
 Veer, Peter et al, The MILUnet Operation, Interactive DVD, Gouda, December 2007

Bijlage 5 Verslag ontwerpatelier

Verslag ontwerpatelier 'Expats & Urban Green & Outdoor leisure' Amsterdam, 22-01-2009

Gastgevers: DRO Gemeente Amsterdam: Patricia Bijvoet (landschapsarchitect) Niek Bosch (onderzoeker)

Deelnemers: Paul van Elk (Amsterdam Topstad), Kees Colenbrander (filmer over expats) Yvonne de Jonge (expat / makelaar), Nick Snoo (Staatsbosbeheer Centraal), Ron van Soest (Staddeel Zuideramstel RO) Ingeborg Wannags (landschapsarchitect Zuideramstel), Laurette van Halen (Kamer van Koophandel) Mariet Botman (Hogeschool van Amsterdam, student) Erik Jan Kijkuit (VROM DG Ruimte) Martin Goossens (onderzoeker recreatie Alterra Wageningen UR), Jeroen Kruit (landschapsarchitect, Alterra Wageningen UR), Vincent Kuypers (kennismakelaar, Alterra Wageningen UR)

Organisatie: Annet Kempenaar, facilitator (landschapsarchitect, Alterra Wageningen UR), Joke Luttk, facilitator (onderzoeker, Alterra Wageningen UR), Peter Veer, coördinator (landschapsarchitect, Alterra Wageningen UR)

Opdrachtgevers: Ministerie van VROM en Wageningen UR in samenwerking met Dienst Ruimtelijke Ordening Gemeente Amsterdam

Locaties: WTC Amsterdam Zuidas, excursie op de fiets over Zuidas, oevers Nieuwe Meer, Buitenveldert, Amsterdamse Bos, Grand Café 'De Bosbaan'

1. Doel

Amsterdam is de meest populaire vestigingsplaats voor expats in Nederland. De gemeente Amsterdam wil die positie behouden en ontwikkelen en de concurrentie aangaan met andere steden in Noordwest Europa zoals München en Stockholm. Welke rol speelt de inrichting van de groene stedelijke ruimte daarbij? Het Atelier sluit aan bij vragen die opgeworpen door zijn medewerkers van de gemeente Amsterdam. In Den Haag vond op 29 september 2008 een vergelijkbaar atelier plaats. Concreet komen in Amsterdam twee thema's aan bod om de regio Amsterdam sterk maken van in de wereldwijde concurrentieslag:

- Aanbod, toegankelijkheid en marketing van groen, sport en recreatie-mogelijkheden voor expats en andere stedelingen op regionale schaal;
- Kwaliteit van ontwerp, inrichting en beheer van de groenblauwe (openbare) ruimte aan de oostoever van de Nieuwe Meer, het Amsterdamse Bos en Buitenveldert.

2. Programma atelier

09.00 uur WTC Kennismaking

09.30 uur Introductie, presentatie en vraagstelling, DRO Amsterdam

11.00 uur Excursie op de fiets (DRO)

12.00 uur 'De Bosbaan', koffie Presentatie Amsterdam

12.15 uur Presentatie Alterra, 'use and significance urban green & outdoor leisure for expats'.

12.45 uur Lunch

13.45 uur Atelier in twee groepen. Thema 1 op regionale en thema 2 op lokale schaal

16.00 uur Discussie en uitwerking

17.00 uur Presentatie aan leiding DRO: Zef Hemel (directie) Piet Eilander (teamleider GRW)

17.30 uur Borrel

18.00 uur Afsluiting

3. Introductie, presentatie en vraagstelling, DRO Amsterdam

door Patricia Beivoet, DRO Amsterdam



Toen Alterra vroeg ons mee te denken over groen/blauwe milieus in relatie tot het internationaal vestigingsklimaat. Alterra leek in de veronderstelling dat die groenblauwe milieus buitenlandse werknemers aantrekken en dat die dan weer de belangrijke bedrijven aantrekken.

Amsterdam ziet een andere samenhang der dingen: Waarom komen mensen naar Amsterdam: niet vanwege groen/blauwe milieu maar vanwege het culturele klimaat van Amsterdam.



Dat maakt dat er binnen de gemeente geen wens centraal staat om specifieke groene/blauwe woonmilieus te maken voor buitenlandse werknemers. We stellen juist dat Amsterdam uitnodigend is voor nieuwkomers als dat culturele en creatieve milieu van de stad toonaangevend blijft, beter wordt, nog meer verleidingskracht krijgt. Daarom werken we aan het metropolitane karakter van de stad.

door Patricia Beivoet, DRO Amsterdam



Hoe zien wij expats?

Expats zijn geen apart slag mensen. Je maakt er geen apart woonmilieu voor. Daar waar jij zou willen wonen, wil het merendeel van de expats dat ook. En dat is in het centrum, zich langzaam uitbreidend in de ringen daaromheen.

Voorwaarde is natuurlijk wel dat die woning er ook is....

Daar gaat het in deze ruimtelijke en programmatische workshop niet over, maar het is wel goed om even te melden: als je als nieuwkomer komt en je vind geen woning, dan houdt het op. Dan gaat het niet over woningen die een bedrijf ergens in park bouwt, dan gaat het over de woning waar u en ik in willen wonen, in de binnenstad, binnen de gordel 20-40 en nog wat zuidwaarts.

Dat de woningmarkt in de Amsterdamse regio, niet alleen voor de inwoners maar veel sterker voor mensen van buiten op slot zit, dat is een enorme belemmering voor de stad. Maar terug naar de metropolitane kwaliteit van de stad. Het vergroten van de aantrekkelijkheid voor nieuwkomers.



Een ander voorbeeld is het Museumplein: opnieuw 'under reconstruction'. Maar straks, met de museumuitbreidingen en een hernieuwde inrichting kan het een cultureel forum van allure worden. Dat vraagt nog om wat aanpassingen want de inbedding is niet optimaal. Naast het plein ligt De Pijp, straks aangetakt op de Noordzuidlijn. Via bruggen en het atelier van Carel Willink kunnen beide werelden elkaar tot grote hoogte opzweven....

Een derde verhaal is de dynamiek van de Zuidas. De extreem hoge ambitie als combinatie van zaken- en wooncentrum in combinatie met de zuidwaartse uitleg van het centrum wordt een drijvende kracht voor het metropolitane elan.

Groot groenonderzoek 96-90

	wel eens bezocht 1996	wel eens bezocht 2008	index (1996 = 100)
Maarten Luther Kingpark	8	29	362
Westerpark	14	40	280
Frankendael	7	24	343
Sorghvliet park	19	51	268
Oosterpark	23	51	221
Oeverlanden/Willem de Maas	12	24	200
Erasmuspark	7	14	200
Pluigenpark	10	19	190
Westhoofdpark	7	13	186
Rondvaartpark	14	25	179
Bijlmerwaard	4	7	175
Amstelpark	25	43	172
Beatrixpark	17	27	159
W. A. Vliegenhart	7	11	157
Vondelpark	18	28	153
Stationspark	23	35	152
Spoorpark	8	12	150
Erasmuspark	4	6	150
Gedreacht van Amstelpark	4	6	150
Danwegpark	2	4	150
Gezondheidsplein	14	20	143
Flora park	6	10	143
Gertrudispark	3	4	133
Klein Loosveld	4	5	125

De belangrijkste redenen zijn:
 Dichtbij fijnmazige bestemmingsdifferentiatie
 Combinatie van Rustig wonen en veel voorzieningenrijkdom om de hoek
 Kwaliteit van de openbare ruimte
 Een aantal stadsparken bieden juist de combinatie van deze redenen.

Een verhalenreeks 'Bestemming Amsterdam' vertelt over kansen die er in stad liggen, ontwikkelingen waar we al mee bezig zijn. De reeks gaat, vanuit een nieuw perspectief, over ogenschijnlijk kleine veranderingen die een reusachtige spin-off voor de stad kunnen betekenen waardoor Amsterdam voor nog véél meer bezoekers of nieuwkomers interessant wordt. Een voorbeeld daarvan is 'De Waterstad', de populair geworden woon- en werkmilieus aan het IJ met haar Muziekgebouw. Met de spin off die dat langzaam in Noord krijgt, via broedplaatsen, tot in Zaanstad. Juist de zone tussen centrum en Zuidas kan, als het goed begeleid wordt, zich ontpoppen als een dynamisch en hip gebied. Dus het is niet een kwestie van nieuwe woongebieden plannen of infrastructuur aanleggen, maar het in gang zetten van een ontwikkelingsproces.

Wij zijn op zoek naar een vliegwiel om aantrekkelijkheid voor nieuwkomer (van student-toerist-gelukzoeker-expat-kunstenaar-wetenschapper) te vergroten.

De toename van inwoners en bezoekers, intensivering en verdichting blijkt gepaard te gaan met een toename van parkbezoek.

Uit het 'Groot groenonderzoek' blijkt een toename bezoek van hoogopgeleiden. Zij hebben behoefte aan interactiemilieus en gebruiken Parken ook om er te werken (laptop, afspraken). Bijna de helft van de hoogopgeleiden (47%) noemt de aanwezigheid van een park als belangrijke tot zeer belangrijke reden om ergens zich te vestigen. Maar parken zijn niet de belangrijkste reden daarvoor.

Ruim 40 procent van de hoog opgeleiden die een eigen bedrijf hebben noemen de aanwezigheid van een park als belangrijk tot zeer belangrijke factor om het bedrijf ergens te vestigen.

Dus parken, op locale schaal, doen er toe, meer dan ooit! Zijn de Groene Scheggen ook zo van belang?

xxx Groene scheggen zijn troef



Toch zijn deze scheggen nog betrekkelijk onbekend: iedereen noemt Vondelpark, verder niet. Alleen die er mee opgegroeid zijn weten de scheggen te vinden. Het schort dus aan de bekend- en vindbaarheid. Vraag 1 door ons uitgewerkt is op schaalniveau van de stad/regio: **hoe kun je de combinatie stedelijkheid en specifieke kwaliteit van de scheggen meer benadrukken? Welke marketing? Welke programmering?**

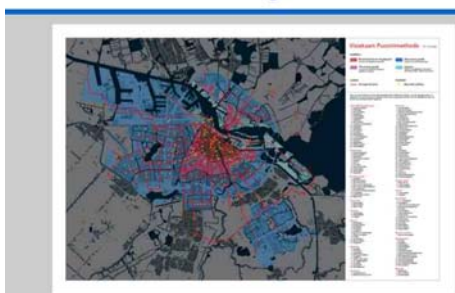
De combinatie van de stedelijkheid en de cultuurlandschappen zo dicht bij elkaar is een gouden troef de Amsterdam in handen heeft: De groene scheggen hebben ieder een grote kwaliteit:

- Het Amsterdamse Bos: traditioneel recreatiebos
 - Amstelland, stedelijk cultuurlandschap
 - Diemerscheg: moeras, oevers, ecologie, bos
 - Waterland: cultuurlandschap, natuur
- Tuinen van West: nieuwe recreatie-landschap (sport en volkstuinen)

Met name bij sportfaciliteiten is het voor nieuwkomers van belang dat de voorzieningen toegankelijk zijn: dat je niet al jaren op een wachtlijst hoeft te staan. En hoe zit het met de fysieke toegankelijkheid? Op het oog zijn de routes stad uit naar scheggen en recreatiegebieden mooi verweven in de stedelijke structuur. Maar voor nieuwkomers geldt dan: Vind de routes maar eens....

Daarvoor goed om even een uitstapje naar de Puccinimethode te maken.

xxx Visie inrichting O.R.

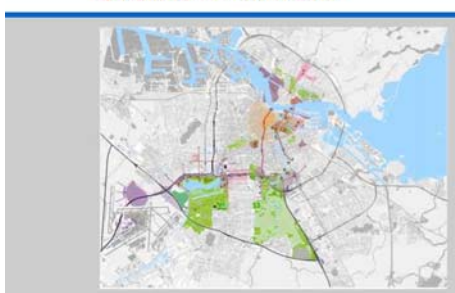


Vanuit het thema 'De gastvrije stad' betekent ook er voor zorgen dat de stad op orde is, dat er voor de openbare ruimte een overkoepelend beleid is. Voor de openbare ruimte betekent dat: een goede basiskwaliteit, lange lijnen uitzetten en vasthouden en bijzondere plekken maken.

De Puccinimethode (2002) beoogt de uitvoeringskwaliteit van openbare ruimte te verbeteren. Om dat te bereiken zijn er in de keten ontwerp-uitvoering-beheer op allerlei fronten aanpassingen gewenst. Er wordt op dit moment aan een kaart gewerkt waarin de openbare ruimte in de stad wordt ingedeeld in standaardzones (ongeveer 80%) en bijzondere plekken (ongeveer 20%). Het is een werkmethode die refereert aan het raffinement van de puccinibonbons: goede ingrediënten, gemaakt met vakmanschap en kunst.

Dit vraagt om samenwerking op niveau van ontwerp, aanleg, beheer en onderhoud. Misschien is deze aanpak niet alleen toe te passen in de stad maar ook geschikt voor de scheggen?

xxx Ambities zuidwaarts



Naast blik op het regionale schaalniveau vragen we jullie ook om mee te denken over specifieke zone waar de Zuidas en de Sportas elkaar ontmoeten. Hiernaast staan de verschillende ruimtelijke en economische impulsen waar we dit gebied willen voor uit willen nodigen

Ik heb net al de Zuidas genoemd bij 'Bestemming Amsterdam', het verhaal over de over zone tussen Centrum en Zuidas. Maar de ambitie gaat verder: Zuidwaarts!

Inmiddels is dat verhaal uitgebreid met de Sportas en met een verdere ontwikkeling van de noordelijke oever langs het Nieuwe Meer.

xx Ambitie Sportas



De situatie nu aan de achterkant van het Olympisch stadion tot ver in het A'damse Bos laat dat nog helemaal niet zien.

Het moet op die Sportas gaan ademen. De ruimtelijke opgaven die er liggen zijn in het kort:

- Ontwikkelen van een sportboulevard
- Vestiging van een Centrum voor Topsport en Onderwijs in combinatie met VU (een 'Papendal' in Amsterdam)

xx Noordzijde Nieuwe Meer



Dat zal betekenen dat deel van de sport en volkstuinen plaats gaan maken voor intensievere, stedelijke ontwikkelingen ... Aan jullie vragen we goed te kijken naar vooral de noordoever van de Nieuwe Meer:



Daarover straks meer. Eerst de Zuidas.

Amsterdam heeft zich vorig jaar de Olympische ambities neergelegd: 100 jaar na 1928 opnieuw de Olympische spelen in de stad. Dit betekent dat we in 2016 'op Olympisch niveau' moeten zijn door paar keer grote evenementen georganiseerd te hebben zoals het EK atletiek in het Olympisch Stadion. De zone rond het Stadion biedt tal van mogelijkheden voor het realiseren van sportvoorzieningen en evenementen op internationaal topniveau.

En ook hoe verbinden we die Sportas met de Zuidas; hoe maken het toegankelijk? En ook hoe zorgen we voor de breedtesport, voor de ongeorganiseerde sport? Laten we vandaag daarnaar eens kijken door de ogen van de expat.

Wat betreft de oever van de Nieuwe Meer: al jaren een gebied vol reserveringen voor de toekomst en het is een 'achterkant'. Het gebied met een marginale ontsluiting gezien de potenties is nu een combinatie van natuur, cruisegebied, volkstuinen en stadsrand.

Jos Gadet laat in het nieuwe Groenonderzoek zien dat er weinig bezoekers komen hoewel wel toegenomen in de afgelopen tien jaar. Dat verandert als er haltes komen van de Noordzuidlijn tak Schiphol-Binnenstad.

- **Wat zijn de landschappelijke kwaliteiten**
- **wat voor soort oevers zijn er mogelijk**
- **welke strategie om te veranderen**
- **wat zouden de ontwerpprincipes kunnen zijn**
- **hoe is de relatie met het Amsterdamse Bos het best te leggen?**

Op de fiets en aan de slag...

4. Impressie van de excursie



Bij New Amsterdam, Woontoren voor top (expat) woningmarkt op Zuidas



Zuidas in ontwikkeling met bijzondere inrichting openbare ruimte



A10 vormt barrière als voorbeeld moeilijke toegankelijkheid



Hoogwaardige (kantoor) locatie naast rafelige waterkant



In regen en wind op verkenning. Grote delen van de oever zijn privé



Uitzicht vanaf de rafelige oever naar het Nieuwe Meer



Openbare kop met uitzicht op Nieuwe Meer en A10



Rafelrand van de stad tussen Nieuwe Meer en Zuidas

5. Presentatie uitkomsten 'expats, urban green & outdoor leisure'

door Peter Veer, Alterra Wageningen UR



De Zoeklicht- en ontwerpateliers zijn onderdeel van een groter project. Doel van dat onderzoek, in opdracht van het ministerie van VROM en Wageningen UR, is tweeledig. Het eerste doel is om te bezien welke rol groenblauwe landschapsfuncties spelen bij de locatiekeuze van internationale kennisintensieve bedrijven en instellingen. Het tweede is te onderzoeken of groenblauwe landschapsfuncties ingezet kunnen worden bij het aantrekken van dit soort organisaties.

Een buitenlands bedrijf of organisatie waar veel expats werken is een bron van regionale welvaart. De EU-Lissabonstrategie (2000) daagt regio's uit om de concurrentie met elkaar en vooral met de rest van de wereld aan te gaan. Doel is om zoveel mogelijk werkgelegenheid in de nieuwe kenniseconomie binnen te halen. Amsterdam gaat die uitdaging aan en wil een gasvrije metropool zijn.

De locatiekeuzefactoren van internationale bedrijven en organisaties zijn, als vanouds, een bedrijfseconomisch afwegingsproces van baten en kosten.

Nieuw aan de kenniseconomie is dat de locatiekeuze niet wordt bepaald door factoren die samenhangen met goederen maar met uitwisseling van informatie en ontmoetingen tussen mensen.

De belangrijkste factoren bij het kiezen van de locatie van een nieuwe vestiging van een kennisintensieve organisatie zijn:

- Uitmuntende wereldomvattende verbindingen voor informatie en mensen zijn doorslaggevend;
- Makkelijk te bereiken 'hub' luchthaven en dichtbij internetknoop noodzakelijk;
- Voldoende goed opgeleid personeel aanwezig en dat vast weten te houden.

'Arbeid' is de dominante productiefactor

Voor bestuurders van bedrijven en organisaties

- Werven en vasthouden van goed gekwalificeerde medewerkers (expats)
- Quality of Life (QoL) factoren zijn belangrijk voor kenniswerkers
- In invloedrijk 'QoL' onderzoek en indexen zijn stedelijk groen en recreatie in de buitenlucht zo goed als afwezig



'Urban green, outdoor leisure & expats'

Eerste statistisch betrouwbare onderzoek wereldwijd



Enkele kenmerken van de enquête

Uitgevoerd door NIPO via internet

- Moeilijk te bereiken doelgroep
- Werving i.s.m. diverse organisaties
- 3 Nederlandse regio's populair bij buitenlandse investeerders (Amsterdam, Den Haag, Eindhoven)
- Kwantitatief met kwalitatieve aspecten zoals 'most favourite'



Enkele kenmerken van de steekproef

- 229 respondenten (A'dam 79)
- uit 52 landen: UK 18%, USA 7%, ook Azië (13% India, China) Oostelijk Europa (13%)
- Man / vrouw = 50/50%, gem. leeftijd 35 (A'dam 32)
- 17% met kind (A'dam < 1%)
- Voornl. afkomstig uit de stad (86%)



Quality of life (QoL) en groen

Combinatie open vragen / waardering schaal 1-5

- QoL factoren belangrijk voor keus voor Nederland (79%)
- Belangrijke QoL factoren: Fysiek milieu (55%), Sociaal cultureel (51%), Veiligheid (44%)
- 28% noemt groene elementen in QoL factoren
- 39% noemt groene elementen bij recreatievoorzieningen
- 67% noemt groene elementen in favoriete woonlocatie



Van belang is dus vooral de kwaliteit van leven (quality of life, QoL) van de veeleisende, goedopgeleide, mondiaal opererende medewerkers (expats). In de (internationale) rapporten over factoren die de (QoL) van expats bepalen, wordt groen en openluchtrecreatie (urban green & outdoor leisure) alleen terloops genoemd als 'wellicht ook van invloed'. Het golfveld is tot nu toe het meest genoemde voorbeeld van een voorziening waar in de wereld van de expat veel vraag naar zou zijn.

Die 'green & leisure factors' zijn tot nu toe niet statistisch betrouwbaar geïnventariseerd. Daarom hield Alterra Wageningen UR een enquête om die factoren van de 'Quality of Life' in kaart te brengen. Op dit moment bestuderen we de uitkomsten van de enquête uitgezet in Groot Amsterdam, Eindhoven en omgeving en in Haaglanden. Het aantal respondenten van deze enquête is zo hoog dat deze statistisch betrouwbare informatie oplevert.

Dit is, voor zover als we weten, het eerste wetenschappelijke onderzoek naar urban green & outdoor leisure in het QoL onderzoek in de wereld gebaseerd op een betrouwbare enquête. De enquête is in 2008 via internet afgenomen onder expats in drie gebieden in Nederland: regio Amsterdam, regio Haaglanden en regio Eindhoven; 229 expats hebben de enquête ingevuld. De enquête bestond uit een combinatie van open en gesloten vragen over woon- en recreatiewensen met de nadruk op groen. De respondenten zijn geboren in 52 verschillende landen. De gemiddelde leeftijd is 35. Gemiddeld zijn de deelnemende expats in de regio Haaglanden het oudst (39) en in Amsterdam het jongst (32); in Eindhoven is de gemiddelde leeftijd 34. De verdeling man/vrouw is over de hele groep precies 50/50. In de regio Amsterdam hebben maar twee respondenten kinderen, in Haaglanden zijn dat er 30 en in Eindhoven 17.

Naast gesloten vragen waarin de expats gevraagd werd om op een vijfpuntenschaal hun waardering uit te spreken over een bepaalde karakteristiek van hun omgeving waren er open vragen waarin expats werd gevraagd hun omgeving te karakteriseren in een paar steekwoorden. Ook vroegen we respondenten naar hun 'favorieten': hun favoriete bedrijfslocatie, buurt, park, landelijk gebied, natuurschap, vakantiebestemming.

Eerste indruk uitkomsten: werklocatie

Postcodes van de werkplekken bekend

Op 1-5 (wel - niet) schaal:

- Openbaar vervoer (4.4); ruimtelijke inrichting (3.8); parkeren (3.3 A'dam 2.6); bereikbaarheid (3.9 A'dam 3.4) en mogelijkheden voor buitenrecreatie (3.5)
- Favoriete buitenactiviteiten: wandelen (33%), niets (30%), fietsen (20%) en joggen (12%)



Most favourite world wide working location: HQ Google, Mountain View, CA, USA (4%)



Pendelen in de drie regio's

71 % (A'dam 64%) woont dichtbij het werk (< 30. min.)

- Algemeen: Fiets meest populair (58%)
- In Amsterdam: Openbaar vervoer (57%)
- In Den Haag: eigen auto (51%)



First Time Out magazine about The Netherlands, Sept. 2008



In en om het eigen huis (1)

Vergeleken met (Nederlands gemiddelde)

- 58% in appartementen, in A'dam 82% (Nld 31%)
- 30% rijtshuis, in A'dam 5% (Nld 64%)
- 3% vrijstaand
- 17% heeft groen uitzicht in A'dam 16%
- 65% wenst groen uitzicht in A'dam 56%



Most favourite neighbourhood world wide: Amsterdam Jordaan



In en om het eigen huis (2)

Huishouden met kinderen

- A'dam 4%, Eindhoven 24%, Den Haag 47%
- 21% ouders: 'kinderen' is geen factor voor woonlokatie keuze
- Belangrijke factoren voor woonlokatie keuze: School (30%), soort buurt (25%)



In en om het eigen huis (3)

Belangrijke factoren:

- Veilige woonomgeving (4.6)
- Eigen tuin of buurtgroen (4.4)
- Rust, Stadspark (4.1)
- Winkels en voorzieningen (3.3)

Opmerking: In A'dam buurtpark net iets belangrijker dan veilig

Dagelijkse woonomgeving:

- De stad 32% (A'dam 42%)
- De buurt 28% (A'dam 18%)
- De wereld 8% (A'dam 10%)



Respondenten kregen een open vraag voorgelegd naar welke kenmerken van QoL ze in beschouwing nemen als bij de beoordeling van hun omgeving. Daaruit komt een breed palet aan factoren, die in zeven domeinen in te delen zijn. Die zeven zijn: milieu, mobiliteit, sociaal-cultureel, veiligheid, maatschappij, koopkracht en persoonlijk. We ondervroegen de expats over woon-, werk en vrijetijdslocaties.

Opvallend is de wijze waarop de expats zich naar hun werk begeven. Fiets en OV zijn populair. De hiernaast genoemde cijfers leggen we binnenkort naast de gemiddelden voor alle werknemers.

In de kenniseconomie gaat het om 'in verbinding staan op mondiale schaal'. Dat Amsterdam in september 2008 opgenomen is en de lijst van steden waarvan een 'Time Out Weekly' verschijnt, wijst daarop.

Over uitzicht vanuit de woning werden ook nog aparte vragen gesteld: hoe is het nu en hoe zou u het graag willen hebben. Respondenten konden kiezen uit uitzicht op groen of op bebouwing en enkele gradaties daartussen. 17% van de respondenten blijkt nu een overwegend groen uitzicht te hebben, terwijl 65% daar een voorkeur voor uitspreekt. In Amsterdam is dat percentage significant lager, maar daar heeft ook altijd nog 56% een voorkeur voor een groen uitzicht.

We vroegen naar de samenstelling van de huishouding van de ondervraagden. In Amsterdam hebben de expats meestal geen kinderen. In Den Haag bijna 50%. Bijna 80% van de ouders zegt dat 'de kinderen' een belangrijke rol spelen bij de keuze van de woonomgeving. Daarbij is een goede school dichtbij het meest belangrijk.

Een veilige leefomgeving staat daarop bovenaan voor alle respondenten; 92% scoort daar een 4 of een 5. Maar groen noteert ook hoog.

Bij 67% maakt groen deel uit van de omschrijving van hun favoriete woonsituatie; 15 % noemt zelfs twee of meer groene aspecten, zoals bomen, een tuin, een park, een uitzicht op een groene omgeving. Het zwaartepunt bij de antwoorden op de vraag 'welk gebied beschouwt u als uw leefomgeving?' ligt in de regio Amsterdam duidelijk bij de stad.

In en om het eigen huis (4)

Woonsituatie en ideaal:

- Komt overeen 24 %
- Deels 56 %
- Niet ideaal 20 %

Ideale woonomgeving:

- Grote stad 42 % (A'dam 58 %)
- Provincie stad 9 %
- Dorpje 7 % (A'dam 3 %)

Ideale huis:

- Vrijstaand met tuin 62 % (A'dam 53 %)
- Appartement 17 %
- Rijkje 7 %



In en om het eigen huis (5)

Recreatie in de buitenlucht

- Startpunt: Vanuit huis
- Programma: Wandelen (26%), Fietsen (17%), Joggen (8%), Zwemmen (5%) ... Golf (1%)
- Gewenste sfeer: Natuurlijk wild, authentiek regionaal, gebogen romantisch, grote schaal en open (wijkt af van Nld. gemiddeld)



Most favorite urban green world wide: Central Park, New York, USA



Rond de stad en in de wereld (1)

- Groen landelijk gebied is redelijk belangrijk (3.8)
- Favoriet Nederlands landelijk gebied: 41% weet geen antwoord te geven
- Nederlandse vakantie bestemming: Weet niet (14%) Texel (10%) Amsterdam (10%)



Most favourite Dutch holiday destination: Texel



Rond de stad en in de wereld (2)

Favoriete Nederlandse natuur, 61% noemt een gebied

- Hoge Veluwe 22%
- Bos & heide 22%
- Strand & duinen 22%
- Stads / attractiepark 13%
- Natte natuur 8%
- Cultuurlandschap 6%



Most favourite Dutch natural reserve: Hoge Veluwe



Rond de stad en in de wereld (3)

Wereldwijde favorieten

- Platteland: Toscane (4%) in Italië (5%) en in Engeland (12%) het Lake District (2%)
- Natuurgebied: Yellowstone & Yosemite beide (5%) in USA (24%)
- Vakantiebestemming: Land: USA (12%) Profiel: Zon en strand (27%)



UK Countryside: Cotswolds, Buckinghamshire



In de regio Eindhoven is dat minder sterk. De expats daar zijn iets meer regiogeoriënteerd, en ook het meest internationaal. In de regio Haaglanden staat de buurt op de eerste plaats.

In de regio's Amsterdam en Eindhoven beschouwt 10% de wereld als zijn of haar leefomgeving, en ziet zichzelf dus als wereldburger.

Voor 'outdoor leisure' is het eigen huis het startpunt en niet de werplek. Elkaar ontmoeten en individuele sporten waarvoor geen speciale voorzieningen voor nodig zijn, zijn favoriet. Opvallend is zwemmen populair en golf juist niet. Verschil met Nederlands gemiddelde moeten we nog onderzoeken. Het Vondelpark is het meest favoriete park in Nederland. Expats in Amsterdam kiezen voor parken in de regio. In de andere twee regio's noemen ze ook parken daarbuiten. En dan vooral het Vondelpark. Zelfs op de lijst van meest favoriete parken wereldwijd staat het Vondelpark op een tweede positie met 15 stemmen (tegen Central Park, New York 19 en Hyde Park, Londen 17). We vroegen naar sfeer- en vormkenmerken van het openbaar groen. Van expats is die anders dan van de Nederlandse gemiddelden.

39% wist de vraag 'favoriete Nederlandse natuur' niet te beantwoorden, of gaf een weinig serieus antwoord (zoals 'Amsterdam').

De Hoge Veluwe werd 31 keer genoemd als favoriet natuurgebied. Een flink aantal respondenten koos voor natte natuurgebieden (Lauwersmeer, Biesbosch, Wieden). Cultuurlandschap (bollen, Limburgse heuvels, Kinderdijk) werd een aantal keren genoemd, en ook een redelijk grote groep koos voor stadsparken (Vondelpark) of attractieparken (Efteling).

De respondenten werd ook gevraagd hun favoriete gebieden wereldwijd te noemen. Bij de uitkomsten 'natuurgebied' springt de VS in het oog. Elf gebieden worden 2, 3 of 4 keer genoemd, daarna volgen 135 natuurgebieden met elk 1 stem. Bij 'woonomgeving' en 'platteland' staan Europese gebieden bovenaan. Maar bij natuurparken is dat Noord-Amerika.

Expats en groen in en om de stad

Doelen van het Ontwerpatelier

- Suggesties voor Amsterdamse RO deskundigen op lokale en regionale schaal
- Vertalen van de uitkomsten van het onderzoek in 'groene' ontwerputgangspunten
- Input voor debat rond de komende A'damse structuurvisie



ALTEIRA
WATERLAND

Voor het atelier kiezen we de vorm geïnspireerd op het implementation lab waarbij in een korte tijd volgens een strak tijdsplan waardevolle aanbevelingen gegenereerd worden. We werken in twee groepen aan de twee thema's. In iedere groep is ruimte voor 8-12 deelnemers. De aanbevelingen aan de hand van de twee thema's liggen op het vlak van de ruimtelijke inrichting en de organisatie van het planningsproces. In het programma komen verschillende aspecten van het internationaal vestigingsklimaat aan bod door presentaties en discussies.

6. Werkgroep 1, Aanbod, toegankelijkheid en marketing

'Aanbod, toegankelijkheid en marketing'

Case 1, Regionale schaal 'A'dam gastvrije metropool'

- Wat zijn de regionale landschappelijke 'topics'?
- Hoe zijn die beter toegankelijk te maken?
- Hoe zorgen we ervoor dat deze 'topics' bekend worden?



Vondelpark. Meest favoriete Dutch urban park.

ALTEIRA
WATERLAND

Drie vragen dienden als uitgangspunt:

- wat zijn de toppers in het groen?
- hoe kun je toegankelijkheid verbeteren?
- hoe kun je bekendheid verbeteren?

Het gaat om de gebruikswaarde 'wat kun je er doen?', de belevingswaarde 'hoe is de sfeer?' en de narratieve waarde 'welke verhalen horen erbij?'



Toppers zijn Waterland, Het waternetwerk, Stelling van Amsterdam, strand, duinen, open water, IJmeer, Vondelpark, Amsterdamse bos, Spaarnwoude, Twiske
Kracht is de diversiteit in landschappen en groengebieden; die zou je moeten handhaven en verder uitwerken

Motieven om plekken te bezoeken kunnen daarbij als ingang dienen. Voor elk motief moet er voldoende aanbod zijn



Elk **schaalniveau** kent eigen **hoogtepunten**. Die met elkaar **verbinden**, bijvoorbeeld van Artis naar wilde 'Dieren-as' in het wild in de EHS aan de rand van de stad, of via een 'Sport-as'. Die as begint in het Vondelpark, met informeel sporten, via sporten met meer uitdaging en een iets grotere actieradius tot topsport in het Olympisch stadion of op de Bosbaan.



Zo kunnen we ons ook een 'Zee-as met lifestyle' voorstellen: 'Amsterdam aan Zee'. Die as loopt van het IJmeer-hip-strand via het Noordzeekanaal in Spaarnwoude-dance en komt uit aan het Noordzee-lounge-strand.
Zo kun je thematiseren, verhalen vertellen. Dit is in te zetten voor de PR van de gebieden in en om de stad.

Verbeteren van de toegankelijkheid

Wat zijn manieren om toegankelijkheid van het landelijk gebied rond de stad te verbeteren en wat zijn aanknopingspunten om erover na te denken? Waar moeten we zijn voor 'outdoor leisure' is de vraag die nieuwkomers stellen. Ze kennen de plekken en mogelijkheden niet, weten niet wat je waar kunt doen. Suggesties om daar wat aan te doen in combinatie met de 'thematische assen'.

- Waar stopt de metro? Beter gebruik maken van de laatste halte;
- Mooie routes koppelen aan cultuur (want expats hebben meer met cultuur). Bijvoorbeeld door GPS-routes te koppelen aan schilderkunst;
 - Vaarroutes verbeteren (bijv. ringvaart Haarlemmermeer);
 - Als je wilt sporten moet je lid worden van een club; open aanmelden voor zou beter zijn voor deze groep;
 - Bouw recreatietransferia (met bootjes verhuur), via de metro/snelweg/fiets te bereiken. Daar kom je anderen tegen, en ga je samen hardlopen etc. Er is ook een café, en misschien ook een uitzichttoren....(o.a. geïnspireerd op kluisjes voor hardlopers Amsterdamse bos; een logisch verzamelpunt voor hardlopers);
 - Voor een goede toegankelijkheid zou wonen, werken en groen juist niet gescheiden moeten worden: rood en groen samen ontwikkelen in de stadsrand, bijvoorbeeld bij Duivendrecht. Een parkgevoel op het werk!;
 - Juist op Schiphol de polderperceptie aanspreken. Maak van de Schipholtaxi een boot. Met Disneyachtige bootverbindingen 5 meter diep de polder in;
 - Verbind parken met het landschap in een groen 'bloedvatenstelsel', waarin elk park - als klein bloedvatje.

Werken aan bekendheid

Het merk die uit 'thematische assen' te destilleren is, moet zich verkopen. Dat merk moet bovendien motiefoverstijgend en breed zijn.

- Je kunt de Stelling van Amsterdam goed gebruiken in de PR; die verbindt alle landschapstypen;
- Maak een staalkaart van landschappen;
- Hang het op aan de landschapsschilderkunst;
- Het expatcenter kan expats kennis laten maken met landschap à la de introductie van universiteiten;
- Een hoofdstukje landschap in de Time Out.

Wat verder ter tafel kwam

Tot slot nog twee andere onderwerpen die ter sprake kwamen en niet goed bij bovenstaande vragen passen:

Stadslandbouw

Op volkstuinen mensen lekker aan laten rommelen in de stad. Maar wel binnen voorwaarden: het zou wel duurzaam moeten zijn, en vraaggericht. Openstellen voor expats. Zo kunnen het datsja's worden, gekenmerkt door water en anarchie.

Het landschap (laten) omarmen

Wie zijn wij om het in te vullen? Wat je ook doet met het landschap, het moet samen met eigenaren, beheerders. Je moet mensen het landschap laten omarmen, de kans bieden iets achter te laten in het land waar ze vertoeven (à la een muurschildering). Rituelen verzinnen: een cent gooien, een boom planten, een sloot graven.

7. Werkgroep 2, Kwaliteit van ontwerp, inrichting en beheer



In de discussies over de potenties van de Noordoever Nieuwe Meer (en omgeving) voor Amsterdam als internationaal aantrekkelijke stad stond het begrip toegankelijkheid centraal.

Toegankelijkheid zowel fysiek opgevat via verbindingen van diverse netwerken als mentale toegankelijkheid. En opgevat in de betekenis die zich meer richt op bekendheid, activiteiten en events en het voorzieningenniveau.

Het gebied door zijn aard (water) en ligging (nabij Zuidas en op waterroute Schiphol-Amsterdam) een enorme potentie om bij te dragen aan het verstrekken van het imago en 'cultureel waterrijk' van Amsterdam. Tot slot biedt de nabije ligging van de Sportas ruimte om het gebied potentieel in te zetten voor Olympische Spelen 2028.

Concrete ideeën (uitgewerkt in schetsen hiernaast).

Voor **fysieke** netwerkwerken:

- Wifi verbinding in het gehele gebied
 - Watertaxi Schiphol-Amsterdam met halte Zuidas en halte Sportas
 - Museumtram moet normale tramlijn worden
 - Fiets- en wandelroutenetwerken, m.n. ook aansluiting met de lineaire parken in naastgelegen woonmilieus
-
- een goede ververbinding tussen Zuidas en Noordoever
 - Ontsluiten Noordoever voor fietsers, wandelaars
 - Een doorgaande route creëren b.v. door pontje over Nieuwe Meer in het westen van de plas



Voor **sociale** netwerken:

- Organiseren (sport) activiteiten in gebied samen met expatsverenigingen of sport/personeelsverenigingen van internationale bedrijven op Zuid-as
- Publiciteit en aandacht voor gebied en de activiteitenactiviteiten in evenementenkalenders zoals 'out in Amsterdam' rubrieken van media
- Investeren in voorzieningen niveau (horeca; koffiekopjes; ontmoetings-plekken)

Voor Olympische Spelen 2028:

- Olympisch dorp op het water (woonboten)
- Voorzieningen op de Noordoever t.b.v. Olympische sporters

8. Presentatie van de werkgroepresultaten

Aan het einde van de middag werden de bovenstaande resultaten gepresenteerd aan de leiding van DRO Amsterdam Zef Hemel (onderdirecteur) en Piet Eilander (leider team GRW).



Van de resultaten van groep 1, **Aanbod, toegankelijkheid en marketing** sprak de thematische assenbenadering aan. Vooral het combineren van de assen tot een regionaal netwerk werd verder uitgewerkt. De assen lopen door de stad heen en verbinden het stadscentrum met buitengebied. Op de knooppunten van de assen komen de 'leisure transferia'. Hoe die transferia te organiseren en vorm te geven, vraagt om verdere uitwerking.

Groep 2, **Kwaliteit van ontwerp, inrichting en beheer** behandelde een gebied met tal van beperkingen (geluidshinder van weg en vliegveld) waarop tal van ruimtelijke reserveringen liggen. Als het lukt om de sociale en de fysieke netwerken te koppelen komt er een vernieuwend perspectief voor een kwalitatieve impuls van de Noordoever. Met een drijvend Olympisch dorp kan het imago 'cultureel waterrijk' van de stad goed uitgewerkt worden.

De komende tijd zullen we bezien op welke wijze de uitkomsten van dit atelier ingezet kunnen worden in het debat over het toekomstig Structuurplan van de stad Amsterdam.