



SPORT, RUIMTE & ECONOMIE:

KANSEN VOOR NEDER- LAND



SPORT, RUIMTE & ECONOMIE:

KANSEN VOOR NEDER- LAND

COLOFON

TITEL

Sport, Ruimte & Economie: Kansen voor Nederland

OPDRACHTGEVER

Ministerie van Economische Zaken en Ministerie van Infrastructuur en Milieu



Ministerie van Economische Zaken



Ministerie van Infrastructuur en Milieu

TEAM

Open Ontwerpatelier 2028

One Architecture B.V. – Matthijs Bouw, Jan Willem Petersen (Specialist Operations),
Froukje van de Klundert, Nanna Janby



MET MEDEWERKING VAN

de ontwerpers van OO2028

Open Ontwerpatelier 2028 – Bureau Nieuwe Gracht, Golfstromen,
MUST Stedebouw B.V., MVRDV, OPAi, Oever Zaaier Partners,
temp.architecture, deelnemers aan workshop 16 November 2012

GRAFISCH ONTWERP

Vruchtvrles

Roman Stikkelorum, Rindor Golverdingen, Michael Danker
www.vruchtvrles.com

DATUM

juni 2013

INHOUDSOPGAVE

VOORWOORD

pagina 5

INTRODUCTIE

pagina 10

EEN GROEIENDE MONDIALE BEDRIJFSTAK

pagina 18

RUIMTELIJKE IMPACT

pagina 32

WATER

pagina 40

SPORTIEVE & BEWEEGRIJKE STAD

pagina 54

DYNAMISCH & FLEXIBEL

pagina 72

HET BELANG VAN SOCIALE TECHNOLOGIE

pagina 92

DUURZAAM: GROENE SPORTEVENEMENTEN & -FACILITEITEN

pagina 114

NAWOORD

pagina 137

CAST OF CHARACTERS

pagina 148

CREDITS

pagina 154

VOORWOORD

Op 4 december 2012 heeft de Council van Olympisch Vuur 2028 officieel het besluit genomen om de alliantie Olympisch Vuur 2028 per 1 januari 2013 op te heffen. Dit besluit hangt samen met het huidige regeerakkoord, waarin het kabinet afstand heeft genomen van de ambitie om de Olympische- en Paralympische Spelen naar Nederland te halen. De leden van de Council concludeerden dat met het onthouden van de steun door het kabinet er op dit moment onvoldoende basis is de alliantie Olympisch Vuur 2028 voort te zetten.

Afgesproken is destijds de kostbare nalatenschap van het Olympisch Plan 2028 zorgvuldig te borgen en te bezien hoe een aantal waardevolle samenwerkingsverbanden en producten, die de afgelopen jaren onder de vlag van Olympisch Vuur 2028 zijn ontstaan worden voortgezet.

Dit boekje beoogt hier een bijdrage aan te leveren. Het zoomt in op de belangrijkste ruimtelijke en economische thema's die naar voren zijn gekomen in de diverse uitgevoerde verkennende studies voor het Olympisch Plan 2028.

Hopende dat de goede voorbeelden van hoe sport, ruimte en economie elkaar kunnen versterken tot inspiratie leiden en navolging zullen krijgen.

UNIQUE SELLING POINTS

Een mondiale positie van Nederland stelt de vraag naar onze Unique Selling Points: waar is Nederland goed in? Waar zit onze innovatiekracht? Wat heeft Nederland als ver ontwikkeld land de wereld te bieden? De Unique Selling Points kennen een sterk ruimtelijke component, zoals dit beeld uit de rapportage: 'Olympische Hoofdstructuur - Positiespel' laat zien.

Topsport
Optimaal presteren



Breedtesport
Sport voor ons allemaal



Ruimtelijk
Eensgezind naar onze bestemming



Evenementen
Nederland evenementenland



cht



8 Ambities Olympisch Plan

Unique Selling Points

Slimme Spelen / Water / Meeting You

44

NEDERLAND
EUROCENT
'16



BOUWEN OP
HISTORIE

77

NEDERLAND
EUROCENT
'16



YOU'RE
WELCOME!



44

NEDERLAND
EUROCENT
'16



SPORT VAN
JONGS AF AAN

77

NEDERLAND
EUROCENT
'16



DISPLAY



44

NEDERLAND
EUROCENT
'16



VISIONAIR
PLANNEN

77

NEDERLAND
EUROCENT
'16



SMART
USE



44

NEDERLAND
EUROCENT
'16



HOLLANDS
FEESTJE

77

NEDERLAND
EUROCENT
'16



DUTCH
DESIGN



44

NEDERLAND
EUROCENT
'16



77

NEDERLAND
EUROCENT
'16



Media-aandacht
De media maken
de cirkel rond

**NEDERLAND
'16
EUROCENT**

**ONDERBELICHT
UITGELICHT**

**NEDERLAND
'16
EUROCENT**

**MONDIAAL
INTERACTIEF**

Economie
Hollands welvaaren

**44
NEDERLAND
'16
EUROCENT**

**INTERNATIONAL
COMPETITIEF**

**44
NEDERLAND
'16
EUROCENT**

**ECONOMISCH
INNOVATIEF**

Welzijn
Op onze gezondheid!

**44
NEDERLAND
'16
EUROCENT**

**VAKER
GEZOND**

**44
NEDERLAND
'16
EUROCENT**

**BEREIKBAAR
LANDSCHAP**

Sociaal-maatschappelijk
Mee doen is winnen
voor iedereen

**44
NEDERLAND
'16
EUROCENT**

**VERENIGINGS-
LEVEN**

**44
NEDERLAND
'16
EUROCENT**

**SAMEN
SOLIDAIR**

NEDERLAND
EUROCENT
'16



NEDERLAND
EUROCENT
'16



PRIORITY
PRIORITAIRE
00000000

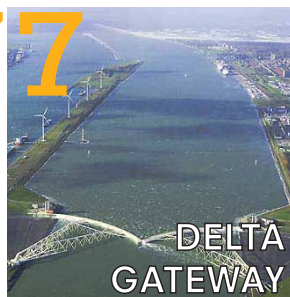
44

NEDERLAND
EUROCENT
'16



77

NEDERLAND
EUROCENT
'16



PRIORITY
PRIORITAIRE
00000000

44

NEDERLAND
EUROCENT
'16



77

NEDERLAND
EUROCENT
'16



PRIORITY
PRIORITAIRE
00000000

44

NEDERLAND
EUROCENT
'16



77

NEDERLAND
EUROCENT
'16



PRIORITY
PRIORITAIRE
00000000

INTRODUCTIE

In het Schetsboek: Ruimte voor Olympische Plannen (2008), de eerste ruimtelijke verkenningen naar aanleiding van het Olympisch Plan 2028 (OP2028) wordt al gesteld dat “de groei van het aantal en de schaal van de evenementen er namelijk toe [leidt] dat zich een hele bedrijfstak ontwikkelt die gespecialiseerd is in het tijdelijk oprichten van grote faciliteiten met een hoog kwaliteitsniveau. Je mag dus ook verwachten dat het rond 2028 mogelijk is om (aanzienlijk goedkoper) tijdelijke accommodaties vooral te huren.”

De verschillende ruimtelijke modellen die in dit schetsboek ontwikkeld worden laten vooral ook de mogelijkheden zien van Spelen, als stip op de horizon voor een door sport en evenementen gedreven kwaliteitsslag aan heel Nederland. Naast de vaststelling dat 'het kán in Nederland', worden Spelen gezien als uitdaging en showcase voor innovatie. Naast tijdelijkheid komen daarbij vooral de gebieden van duurzaamheid, gezondheid, gemeenschap en watermanagement naar voren. Deze thema's komen voort deels vanuit ons landschap, deels door de maatschappelijke rol van sport en evenementen, en deels vanuit het perspectief van internationale ontwikkelingen.

Na het Schetsboek zijn er nog een aantal vervolgstudies in het ruimtelijke domein verricht.

TELKENS WEER BLIJKT DAT HET, ZO'N LANGE TIJD VOOR FEITELIJKE SPELEN, NIET GAAT OM WELKE ACCOMMODATIES PRECIES WAAR KOMEN, MAAR JUIST OM DATGEEN ER NOG UIT TE VINDEN IS VOOR DE SPELEN VAN DE TOEKOMST, EN OM DE SPELEN BIJ NEDERLAND TE LATEN PASSEN.

In de 'Mindset' van de Olympische Hoofdstructuur (OHS) wordt het begrip 'agency' geïntroduceerd. Zoals een agent iets of iemand is waardoor of door wie anderen worden gestimuleerd of geëngageerd, zo zijn de Spelen primair het voertuig voor andere processen, gedreven vanuit de agenda van Nederland, of van het IOC.

De Spelen zullen niet alleen Nederland veranderen, maar Nederland zal ook de Spelen kunnen veranderen. In het tweede deel van de OHS, 'Positiespel', wordt er daarom ingezoomd op aspecten als 'olympische wijken', de mogelijkheden van het thema 'water' en op de veranderingen die ontwikkelingen op het gebied van media en games in het ruimtelijke domein zullen bewerkstelligen.

Ook in de studies van de grote steden speelt innovatie een grote rol. Amsterdam hield workshops over de invloed die nieuwe technologie zal hebben op de Spelen. Rotterdam/Den Haag toonde hoe in de inpassing van Spelen de waterproblematiek zichtbaar kon worden, met tribunes in dijken en een drijvend olympisch dorp. En in het boek 'Olympic Cities' van XML staat het idee van een 'Gamechanger', voortbordurend op het begrip van 'agency', centraal.

In het rapport van Deloitte & NIROV – Studie naar samenwerkingsmogelijkheden voor ruimtelijke ontwikkelingen Olympische Spelen 2028 – wordt vooral gekeken hoe markt en overheid kunnen samenwerken op het terrein van ruimtelijke ontwikkelingen en op welke wijze 'legacy' kan worden gewaarborgd. Om na afloop van de Spelen nieuwe functies mogelijk te maken zal er bij het ontwerp al optimaal rekening moeten worden gehouden met transformatie of herbouw. Nieuwe, geïntegreerde contractvormen, bijvoorbeeld DBFOTM(O) en DBFOR(B), kunnen hierbij een rol spelen. Tevens beschrijft het rapport een voorzet voor een nieuwe 'orgware'. Voorgesteld wordt om een investeringsfonds op te richten dat wordt gevuld door afdrachten van de partijen die profiteren van de waardestijging ten gevolge van de Olympische ontwikkelingen; een Olympic Energy Board & Olympic Development Board.

Na al deze studies, vaak met een speculatief karakter, kwamen de Spelen in Londen in 2012 als geroepen. Eindelijk kon de impact van Spelen 'live' beleefd worden. En wat bleek? Veel van de in de studies gesignaleerde mogelijkheden en voorspelde trends bleken al werkelijkheid te worden. Een groot deel van de accommodaties was flexibel en tijdelijk. De hele stad werd uitgenut en gold als 'backdrop' voor evenementen. De betrokkenheid van de bevolking was hartverwarmend. Ontwerp speelde een grote rol, met bijzondere aandacht voor het gebruik na de Spelen.

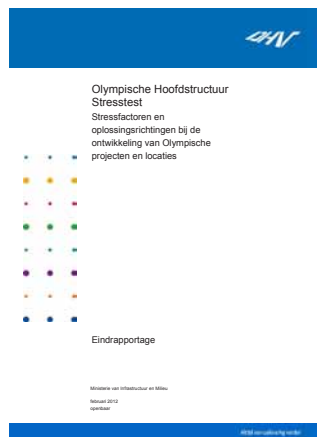
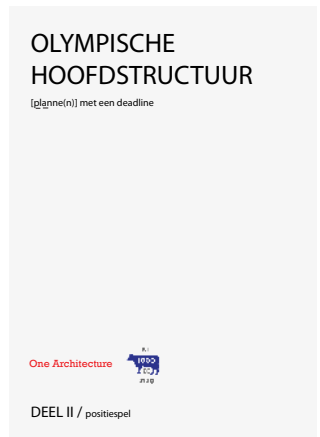
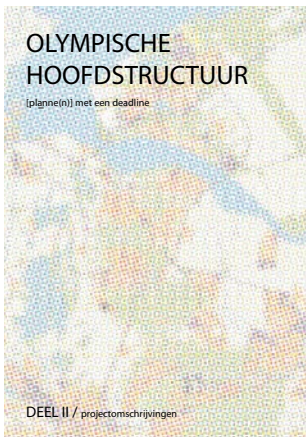
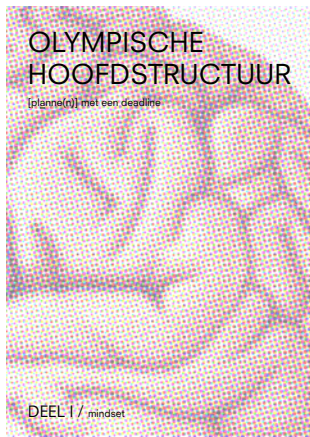
En wat bleek verder? Het Nederlandse bedrijfsleven was volop aanwezig bij deze Spelen. Tijdelijke bouwers als Neptunus deden goede zaken in zowel het 'Hospitality Village' in Hyde Park als op het 'Olympic Park' zelf. Bouwbedrijven als Volker Wessels (sluizen) en Heijmans (verontreinigde grond) zijn betrokken bij de aanleg van het olympisch park. De rozen komen uit De Kwakel, de bankjes uit Leiden, de bomen uit Brabant en de basketballen uit Enschede. Ook Heineken heeft met het Holland Heineken House niet alleen prachtige marketing maar ook duidelijk een trend gezet. In Londen heeft plots bijna ieder land of multinational een eigen 'house'. Zo verandert niet alleen het karakter van Spelen (met nieuwe bezoekers, een grotere rol voor stad en bedrijfsleven, en nieuwe verdienmodellen) maar helpt Heineken ook Neptunus en De Boer Tenten aan extra business.

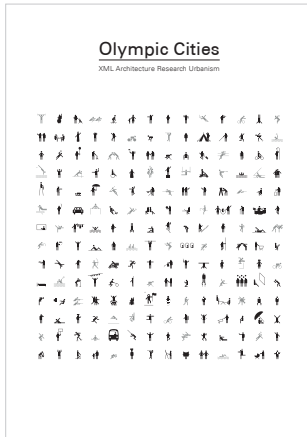
In Londen wordt zichtbaar wat de eerdere studies in het kader van Olympisch Plan 2028 al suggereerden:

**GROTE EVENEMENTEN ALS
OLYMPISCHE SPELEN ZIJN
NIET ALLEEN EEN 'SHOWCASE'
VOOR INNOVATIE OP
RUIMTELIJK GEBIED, MET EEN
DUIDELIJKE IMPACT OP DE
STAD, ZE DAGEN OOK NIEUWE
INNOVATIES UIT.**

Het bedrijfsleven is klaar om mee te innoveren en zo, waar mogelijk elkaar versterkend, een steeds grotere rol te spelen bij de groeiende internationale evenementen industrie.

Daarom ook een goede reden om dankbaar gebruik te maken van alle ideeën die in de afgelopen periode in het kader van het OP2028 zijn ontwikkeld en de daaruit voortvloeiende activiteiten die zijn gericht op het maatschappelijk en economisch versterken van de betekenis van sport. De evenementenambitie staat onverkort in het regeerakkoord. En, zoals we al in Londen zagen, is de evenementenindustrie zodanig internationaal dat er veel kansen liggen om het 'olympische erfgoed' uit voorstudies met het bedrijfsleven verder te ontwikkelen en elders in te zetten, in onze steden en bij grote evenementen wereldwijd.





Overzicht van de 'olympische productie' van de afgelopen jaren; rapportages en ruimtelijke studies in het kader van het OP2028.

STAD ALS DECOR

Een groot deel van de accommodaties tijdens de Spelen in Londen in 2012 was flexibel en tijdelijk. Mede daardoor kon de hele stad worden uitgenut en gold als decor voor de verschillende sportevenementen.





EEN GROEIENDE MONDIALE BEDRIJFSTAK

Guido Bouw is 'sales director' bij de InfostradaSports Groep. Hij reist de wereld rond voor 's werelds grootste media informatiebedrijf. Infostrada, bekend van de voetbalstatistieken, heeft zich de afgelopen jaren sterk ontwikkeld op de groeiende internationale sportmarkt.

"Deze maand reis ik naar Lausanne, waar we een deal met IOC aan het afronden zijn. We hebben een afspraak om tot de Winterspelen van 2020 biografieën van alle atleten, en de records en resultaten van alle belangrijke wedstrijden aan te leveren. Daarmee kunnen zowel journalisten als de media worden voorzien van achtergrondinformatie. En de gegevens kunnen natuurlijk ook gebruikt worden voor allerlei 'second screen' toepassingen. Wij zijn erg blij met zo'n contract: het geeft ons de kans om langdurig te investeren in dataverzameling, en onze positie als marktleider bij Spelen, atletiek en voetbal te versterken."

"Tijdens een toernooi zelf zijn we dan aanwezig met een groot aantal professionals en vrijwilligers om updates en korte reportages te maken, resultaten te verwerken en die weer aan de media aan te leveren. Bij bijvoorbeeld de Commonwealth Games in Glasgow gaan we uit van 140 mensen. De media kunnen niet overal aanwezig zijn: wij zijn dat wel."

De wereldwijde sport- en evenementenindustrie groeit nog steeds snel. Over de hele wereld neemt het beschikbare budget voor de invulling van vrije tijd toe. Daarnaast maken media het steeds makkelijker om evenementen internationaal aan de man te brengen. Ook zijn voor steden en steeds meer landen (sport-)evenementen een manier om zich 'op de kaart te zetten'. In de 'slipstream' van die evenementen wordt er dan hard gewerkt aan duurzame verbeteringen in bijvoorbeeld infrastructuur, faciliteiten en cultuur. Nederlandse bedrijven spelen daarbij een grote rol: het bekende architectenbureau O.M.A., bijvoorbeeld, werkt aan de lange termijn sportinfrastructuur van Qatar.

Om van deze ontwikkelingen te profiteren richten steeds meer MKB-bedrijven zich op deze markt. Zo waren bij de economische misse naar Brazilië in november 2012, naast veel bekende namen zoals Philips Lighting, Royal Boon Edam en Vanderlande Industries, ook volop MKB-bedrijven aangesloten. Het deel van de missie dat zich richtte op de sportinfrastructuur bestond uit zeven-tien bedrijven die willen toeleveren aan projecten rondom het optimaliseren van mobiliteit, 'safety& security' en de inrichting van de speelstadions. Onder de zakelijk missie-leider Hans Biesheuvel, voorzitter van MKB-Nederland, kregen zij de mogelijkheid om binnen enkele dagen vrijwel alle belangrijke stadionbouwers te ontmoeten.

Daarnaast richten multinationals speciale dochterondernemingen op. De stadions die de BAM bouwde voor het WK2010 in Zuid-Afrika, Soccer City en het Nelson Mandelastadion in Port Elisabeth, werden gebouwd door haar internationale dochter Interbeton B.V., met adviezen van BAM-Sport gmbH. BAM Sport's portefeuille wordt steeds internationaler. Ook in Londen werkte BAM aan een aantal projecten, waaronder veel van het civiele werk rondom het 'Olympic Park', en de groenvoorzieningen voor de herontwikkeling erna. Ook voor de grote evenementen in Brazilië is BAM weer volop in de weer.

De verkoop van producten en diensten is echter niet de enige reden voor bedrijven om zich actief met sport en evenementen bezig te houden. Ze bieden namelijk ook fantastische mogelijkheden om te profileren. Heineken was al genoemd. ING was groot bij Formule 1 en sponsort nu de New York Marathon.

**HET AARDIGE VAN DE
SPONSORING VAN
EVENEMENTEN EN SPORT IS
DE VEELZIJDIGHEID ERVAN:
HET IS NIET ALLEEN EEN
MOOIE MANIER OM
INTERNATIONAAL TE STRALEN,
MAAR OOK OM, OP KLEINERE
SCHAAL, BETROKKEN TE ZIJN
BIJ EEN GEMEENSCHAP.**

Sport is in die zin zeer divers, en heeft veel meer betekenis dan alleen een commerciële. Het kan een lokaal bindmiddel zijn. Het kan heel specifieke groepen, bijvoorbeeld jongeren, bereiken.

Het is daarom niet voor niks dat ook het bedrijfsleven zich de afgelopen jaren actief bemoeide met het Olympisch Plan 2028. Bedrijven gebruiken de aantrekkingskracht van dit soort evenementen om de aandacht te vestigen op hun innovatief vermogen. Kondor Wessels, bijvoorbeeld, presenteerde het voorstel voor de 'the Floating Games' in Amsterdam, waar de accommodaties als een kralensnoer langs het IJ gelegd waren, en het water werd gebruikt om de faciliteiten aan elkaar te verbinden.

SPORTSINFRA

In Nederland houdt een aantal organisaties zich bezig met het bevorderen van de Nederlandse kennis- en kunde op het gebied van sport en evenementen, en de export daarvan.

Voorbeelden daarvan zijn:



FME, de ondernemersorganisatie voor de technologische industrie, heeft samen met vertegenwoordigers van sport en overheid de krachten gebundeld om te komen tot een programmatische aanpak voor activiteiten in het kader van grote sportevenementen.

Holland Sports & Industry ● ● ●

Holland Sports & Industry is een internationaal portal dat Nederlandse bedrijven met innovatieve oplossingen voor sport presenteert, bijvoorbeeld voor training en coaching, evenementen, accommodaties (infrastructuur, ontwerp en bouw), uitrusting en management.



InnoSportNL noemt zich de 'verbindende factor tussen sport, wetenschap en bedrijfsleven'. InnoSportNL initieert, faciliteert en realiseert sinds november 2006 de ontwikkeling van innovatieve producten en diensten voor Nederlandse sporters. Deze innovaties stellen sporters in staat om duurzame vooruitgang, voorsprong en winst te boeken en

om sportprestaties neer te zetten die olympische ambities waarmaken. Als aanjager van de juiste infrastructuur voor innovatie helpt InnoSportNL sporters, ondernemers en wetenschappers om hun grenzen te verleggen. Samen dragen ze bij tot een verbeterde sportparticipatie en gezondere levensstijl voor alle Nederlanders.



Orange Sports Forum werd in 2010 geïnitieerd door The Bridge business innovators, Twynstra Gudde, sportmarketing bureau SportBizz en DRK Management. Orange Sports Forum heeft een groeiend aantal leden dat hun krachten heeft gebundeld om met hun producten en diensten in te spelen op de sterk groeiende vraag in het buitenland.



Sport en Zaken is een matchmaker tussen sport en bedrijfsleven. Zij brengen samenwerking- en tot stand tussen sportorganisaties en bedrijven met hart voor sport.

Holland Moves!

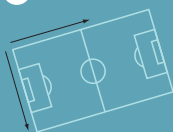
Londen 2012

HOLLAND MOVES

De Spelen in Londen geven aan dat er veelsoortige kansen liggen voor de relatie tussen sport en economie en in het bijzonder de bijdrage van zowel grote als kleine Nederlandse bedrijven aan het organiseren van Spelen.

Olympische Spelen 2012 in cijfers

32 Speellocaties



350 Grootte Olympisch Park in voetbalvelden

30.000

Mensen werken in totaal aan het Olympisch Park in 2012



Aantal mensen dat op de drukste dag aan het Olympisch Park werkte:

6.499



Economische impact

17.900



Extra banen tot 2015 in Groot-Brittannië



Extra consumentenuitgaven in Groot-Brittannië

€ 910 miljoen

€ 1,38 miljard

Stijging BBP Groot-Brittannië op korte termijn (5,1 miljard pond tot 2015)



€ 11,3 miljard

€ 8,5 miljard

€ 7,8 miljard



Totale investeringen

Besteed aan legacy

Oprachten voor private ondernemingen

Superstaff
Werving en inzet van 300 horecamedewerkers

Heijmans
Grondsanerend Olympisch Park

BAM Nuttall
Realisatie groengebieden noordkant Olympisch Park

BAM Nuttall
Realisatie noordkant

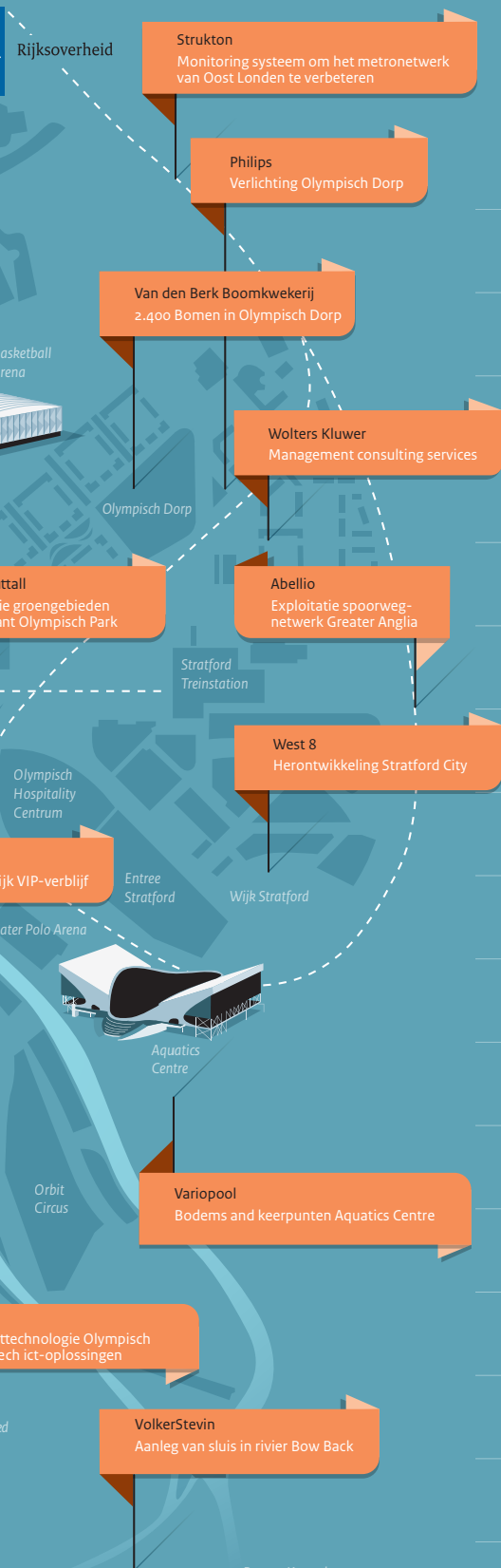
Arcadis
Adviseur bouw Olympisch Stadion

KCAP Architects & Planners
Olympic Legacy MasterPlan

MTD
Tijdelijke watervoorzieningen

Imtech
Lucht- en klimaat Stadion en high

Warming-up gebied



1. Royal Haskoning

Design en impact studie
Portland National Sailing
Academy



2. Heineken

Sponsor en officiële
leverancier, Holland
Heineken House

3. Alumax Boats

Watertaxi's voor
transport over de
Thames

4. Decorum

Vloerbedekking op het Silverstone race circuit
en het leggen van tapijt voor de in- en uitcheck-
ruimte van de sporters op Heathrow

5. Oranje Camping

Camping voor
supporters van
Olympische helden

Nederlandse sporters en bezoekers

tot **50.000**

Dagelijks aantal
bezoekers
(tot 800.000 voor
gehele Spelen)



4.000

Dagelijkse bezoekers
Oranjecamping



285

Nederlandse sporters en begeleiders
(ruim 23.000 wereldwijd)

Sport in Nederland



€ **4.529** miljoen

Bijdrage van sport
aan het Bruto
Binnenlands Product

Bijdrage van sport aan
de werkgelegenheid

82.000 fte



Exportwaarde
sportuitrusting



€ **1,1** miljard
(2006)



www.HollandSportsIndustry.com
Internationale portal voor Nederlandse sportexpertise

Nederlandse expertise



Nederland kent een aantal wereldmarktleiders op het gebied van sport. Denk aan kunstgras van Ten Cate, de klapschaats van Maple Skate, gymnastiektoestellen van Janssen-Fritsen of sportvoeding van DSM.

Net als in vele steden in
Nederland én in Londen...



zijn er ook Cruyff Courts te vinden in
Brazilië, Zuid-Afrika, Japan, Israël,
Oeganda, Spanje en Marokko.



RUBEN DUBELAAR

FME-CWM

“Het eerste evenement waarbij FME-CWM, de ondernemingsorganisatie voor de technologische industrie, een programma heeft ontwikkeld op het gebied van Sport & Infrastructuur was Euro 2012, in Polen en Oekraïne. We hebben nadien gemeten wat daarvan de resultaten waren, en die waren aanzienlijk: minimaal 200 miljoen Euro aan opdrachten voor Nederlandse technologiebedrijven.

www.fme.nl



Voor het WK 2022 in Qatar ontwikkelde Ballast-Nedam het technisch ontwerp van een demontabel stadion, de Plug & Play Core.



De bedrijven die met ons meedoen in het programma opereren eigenlijk op drie gebieden. Naast stadions namelijk ook luchthavens en stadscentra. Voor de laatste categorie is er niet alleen Nederlandse kennis aanwezig over masterplanning en PPS-constructies, maar ook bijvoorbeeld op het gebied van ‘crowd-control en safety’ en duurzaamheid.

We richten ons nu op de grote evenementen en proberen daar een gezamenlijke boodschap te brengen. De rode draad daarbij is de holistische benadering (van business-case of masterplan tot aan heel specialistische technische systemen) en de aandacht voor ‘legacy’. Met name in landen of steden van opkomende economieën brengen we daarmee ervaring mee die lokaal niet voorhanden is.

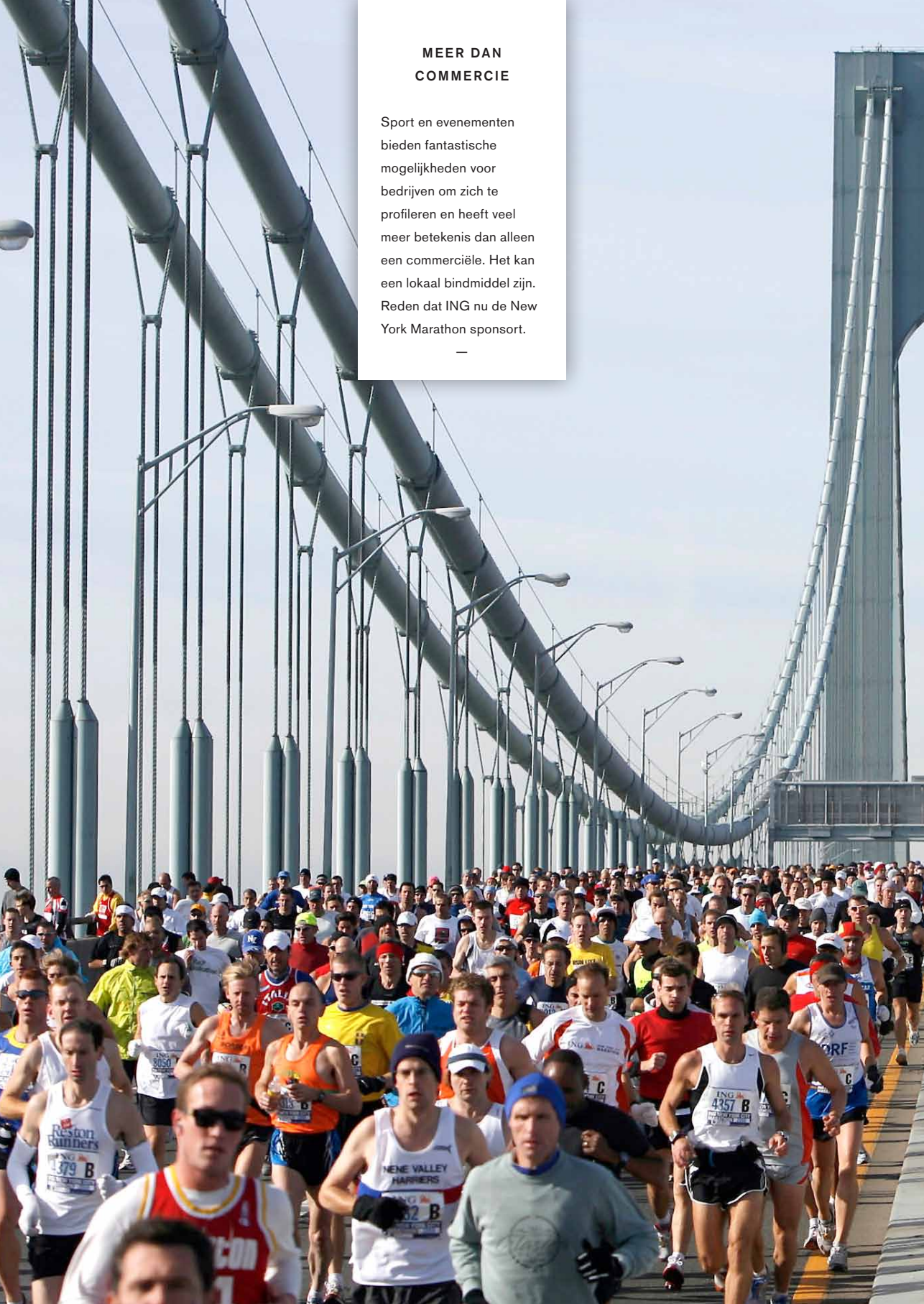
Wat sterk in ons voordeel werkt, is de verbinding met de sport. Op de missies naar Qatar, bijvoorbeeld, gaat Ronald de Boer mee. Ook betrokkenheid van de KNVB helpt ontzettend.

In Qatar wordt duurzaamheid extreem belangrijk gevonden. Daar wordt bijvoorbeeld goed op ingespeeld door Ballast-Nedam, die een ‘plug and play core’ concept voor stadions ontwikkeld hebben, waarin stadiondelen als legoblokjes koppelbaar zijn. Maar ook door Philips, met hun LED-verlichting. Die werkt niet alleen heel goed op de velden, maar je kunt er ook prachtige dingen mee doen op de gevels van stadions. En Aalberts Industries heeft innovatieve sprinklersystemen en slimme meters voor zo efficiënt mogelijk energieverbruik.

Je ziet tijdens de missies samenwerkingen ontstaan. Nedap Security Systems, Bosch Security Systems en Royal Boon Edam werken alle drie aan het optimaliseren van ‘safety & security’ systemen. Bij het zien van elkaars presentaties zeiden ze “misschien moeten we in het buitenland onze verhalen beter op elkaar afstemmen. Samen staan we toch sterker”. Daarom presenteert de Nederlandse industrie zich in het buitenland onder de naam Dutch Sports Infrastructure.

MEER DAN COMMERCIE

Sport en evenementen bieden fantastische mogelijkheden voor bedrijven om zich te profileren en heeft veel meer betekenis dan alleen een commerciële. Het kan een lokaal bindmiddel zijn. Reden dat ING nu de New York Marathon sponsort.





PORTEFEUILLE

Sportportefeuilles worden steeds internationaler. Zo werden de stadions voor het WK in Zuid-Afrika (Soccer City en het Nelson Mandelastadion) gebouwd door BAM's internationale dochteronderneming: Interbeton B.V.







← Opstelling

VRIJDAG



HEE

1 - 0

Eindstand



NAC

ZATERDAG



FEY

1 - 1

Eindstand



RKC



GRA

1 - 4

Eindstand



VVV



ADO

1 - 1

Eindstand



EXC



HER

2 - 1

Eindstand



RJC

ZONDAG



GRO

3 - 0

Eindstand



PSV



UTR

3 - 0

Eindstand



AZ



AJA

4 - 1

Eindstand



NEC



VIT

1 - 4

Eindstand



TWE



John Guidetti

Geboortedatum	15 Apr 1992
Geboorteplaats	Stockholm (ZWE)
Nationaliteit	Zweden
Lengte	1,81m
Gewicht	79kg
Positie	Aanvaller

Voetbalcarriere

Seizoen	Club	Wedstr	Goals
2011/2012	FEY	15	17
2010/2011	BUR	5	1
2010	BRO	8	3
2008	BRO	2	0

MARKTLEIDERS

Infostrada heeft zich de afgelopen jaren sterk ontwikkeld op de groeiende internationale sportmarkt en ziet kans langdurig te investeren in dataverzameling, om zo haar positie als marktleider bij Spelen, atletiek en voetbal te versterken.

BETA

shots op doel

shots op doel (SEIZOEN)

54



Naast: 19 Doelpunten: 18

ALTIJDS

6



Doelpunten: 6

RUIMTELIJKE IMPACT

Tijdens de Spelen in Londen schreef Harry van Dorenmalen, Algemeen Directeur IBM Nederland en Chairman van IBM Europa een ingezonden stuk in het FD: "Spelen 2028 alleen mogelijk in een slimme stad."

"Een gigantische druk op het verkeer, strenge eisen aan de publieke veiligheid en een toenemende vraag naar water en energie. Dit zijn slechts enkele uitdagingen waar Londen mee te kampen heeft tijdens de Spelen. Met meer dan 1 miljoen bezoekers neemt de bevolking van de stad tijdens het evenement met 10 procent toe. Mocht Amsterdam zich daadwerkelijk kandidaat stellen voor de Spelen dan moet zij in navolging van Londen, nieuwe mogelijkheden zoeken om de metropoolregio 'slimmer' te maken."

Tijdens grote evenementen als Koninginnedag, Tropisch Carnaval of Sail kraakt de stad soms even in haar voegen (en soms breekt ze zelfs, wanneer er bijvoorbeeld weer een idioot op de rails is gaan lopen). Op zulke dagen wordt de stedelijke capaciteit maximaal getest: de straten en pleinen lopen vol, de wegen, spoorlijnen en draadloze netwerken worden volledig gebruikt, vanuit de wijde omgeving worden tenten, podia, tribunes, dranghekken, marktkramen en snackkarren gecharterd, snel opgezet en vaak even snel weer afgebroken, en bijna iedereen heeft wel een gast op de bank slapen.

Naast de grote evenementen loopt de kalender van de stad steeds voller met allerlei kleine evenementen. De stad is zo'n aantrekkelijke plek dat het aantal evenementen, en de bezoekersaantallen ervan, nog steeds toeneemt. Evenementen zijn meer dan ooit een permanent gegeven voor de stad geworden.

Deze enorme toename van het tijdelijke maakt dat we de stad anders moeten gaan zien. Plekken moeten verschillend gebruik mogelijk maken. Technologieën moeten worden ontwikkeld worden om de stad maximaal te gebruiken en snel om te bouwen.

**VEERKRACHT EN ELASTICITEIT
ZIJN SLEUTELWOORDEN BIJ
RUIMTELIJKE ONTWIKKELING
GEWORDEN. DE MOGELIJKHEID
VAN DE STAD OM MET
VERANDERING OM TE GAAN
IS CRUCIAAL VOOR
HAAR SUCCES,**

EN EVENEMENTEN ZIJN BIJ UITSTEK AANJAGER VAN DIT VERMOGEN.

Om sneller en beter te kunnen inspelen op zowel evenementen als calamiteiten heeft IBM voor Rio de Janeiro een 'control centre' gebouwd om, met het WK voetbal van 2014 en de Spelen van 2016 in het achterhoofd, de stad beter te managen. In het centrum monitoren managers tientallen 'data feeds' met informatie over weer, verkeer, politie en medische diensten op een 'real-time' basis en anticiperen ze op dreigende problemen. Op die wijze kunnen calamiteiten voorzien, voorkomen en beter gemanaged worden.

Door het coördineren van de activiteiten van meer dan 30 gemeentelijke afdelingen en particuliere nuts- en transportbedrijven integreert het operationeel centrum als eerste faciliteit in de wereld de meeste functies van een stad in een enkel digitaal systeem. Zo krijgt men een volledig beeld van wat er gebeurt in de stad op elk moment. Zij kunnen voor een groot concert of sportevenement zich voorbereiden op dezelfde manier waarop ze omgaan met noodsituaties.

Spelen (en andere grote evenementen) hebben zo een sterke ruimtelijke dimensie. Niet alleen bouwen ze voort op de bestaande stad, laten nieuwe mogelijkheden voor gebruik zien, betrekken de bevolking bij de stad en zetten deze op de kaart, ze lokken ook (soms aanzienlijke) investeringen uit. Investerings die, idealiter, ook na het evenement nog te gebruiken zijn. Dit 'nalatenschap', deze 'legacy', is voor veel overheden de motivatie om zich sterk in te zetten voor de organisatie van evenementen in de stad.

VEERKRACHT

Tijdens grote evenementen zoals Sail kraakt de stad soms even in haar voegen. Een enorme toename van het tijdelijke maakt dat we de stad anders moeten gaan zien. Plekken moeten verschillend gebruik mogelijk maken. Veerkracht en elasticiteit zijn sleutelwoorden bij ruimtelijke ontwikkeling geworden.





VOORUITSTREVENDE TECHNOLOGIE

Om sneller en beter te kunnen inspelen op zowel evenementen als calamiteiten heeft IBM voor Rio de Janeiro een 'control centre' gebouwd. In het centrum monitoren managers tientallen 'data feeds' met informatie op een 'real-time' basis en anticiperen ze op dreigende problemen.



CENTRO DE OPERAÇÕES PREFEITURA DO RIO



OMGAAN MET AANTREKKINGS- KRACHT

De stad is zo'n aantrekkelijke plek geworden dat het aantal evenementen en de bezoekersaantallen ervan nog steeds toeneemt. Evenementen zijn meer dan ooit een permanent gegeven voor de stad. De mogelijkheden van de stad om met deze veranderingen om te gaan is daarmee cruciaal voor haar succes.





An abstract composition of various blue geometric shapes, including triangles, polygons, and irregular forms, layered and overlapping to create a sense of depth and movement. The colors range from deep navy blue to bright cyan. The shapes are set against a light gray background.

WATER

Bijna iedereen was het er wel over eens. Bij het 'bid' voor de Olympisch Spelen van 2028 zou 'water' ons 'unique selling point' worden, niet alleen vanwege het Hollandse landschap dat zo'n mooi achtergrond kan vormen bij de verschillende evenementen, maar misschien juist ook omdat water zo bepalend is voor het karakter van onze maatschappij en van onze economie.

Er zijn veel boeken over geschreven. 'Zoet en Zout: water en de Nederlanders', het veelbekroonde boek van Tracy Metz en Maartje van den Heuvel, is zo'n boek. De opbouw van het boek is tweeledig. Allereerst wordt, aan de hand van schilderijen en andere kunstwerken, de eeuwenoude cultuur van de omgang met het water getoond. Vervolgens wordt een parallel getrokken tussen deze cultuur, en de huidige omgang met water in het vormgeven van ons land. Tracy Metz, verantwoordelijk voor dit tweede deel, geeft nu internationaal veel lezingen in binnen- en vooral ook het buitenland, als een soort onbezoldigd ambassadeur van de Nederlandse Topsector Water. Met name in de Verenigde Staten is daar, sinds orkaan Sandy, veel aandacht voor.

Ons succes bij watersporten op de Spelen (en het schaatsen, natuurlijk) toont aan hoe belangrijk de fysieke omgeving is voor sportprestaties. Voor de verbetering van het watersportklimaat, zo bedacht men bij het Olympisch Plan 2028, zouden we daarom nu vast de fysieke omgeving nog geschikter kunnen maken: de Zandmotor en duinverbredingen bij Den Haag kunnen helpen bij het zeilen en surfen, het water in boezems en grachten is weliswaar al eeuwen niet zo schoon geweest, maar kan nog schoner zodat er weer meer gezwommen kan worden, en bij de aanpassingen van waterlopen in de landelijke

gebieden rondom de steden kan rekening gehouden worden met de recreatiesport.

Dat op 9 september 1.100 mensen samen met Prinses Maxima in de Amsterdamse grachten sprongen voor de Amsterdam City Swim, 2028 meter lang, en gesponsord door Waternet, is een eerste bewijs dat een langjarige strategie van beter waterbeheer vruchten afwerpt.

Zulke maatregelen leiden niet alleen tot een gezonder en sportiever land, en een beter vestigingsmilieu, maar zijn ook een showcase voor watertechnologie.

**AL DAT WATER IN DIE FYSIEKE
OMGEVING MAAKT NIEUW
GEBRUIK ERVAN MOGELIJK.
WATER IS IMMERS HEEL
HANDIG OM JUIST TIJDELIJKE
FUNCTIES TE ACCOMMODEREN,
DIE DAN OOK WEER
MAKKELIJK, OVER WATER
IMMERS, AANGEVOERD
KUNNEN WORDEN.**

De Haagse sportwethouder, Karsten Klein, vindt daarom het verkassen van het wereldkampioenschap beachvolleybal in 2015 van het vaste land naar het water voor de kust van Den Haag een goede zaak; "Dat past enorm goed bij het imago van Nederland waar we zaken met water die onmogelijk lijken toch werkelijkheid maken".

Ingenieursbureau Bartels organiseerde al heel vroeg bij het denken over het Olympisch Plan een wedstrijd: "ontwerp een drijvend Olympisch Dorp dat later om te bouwen is tot een nieuwe stadswijk." Vanuit de eigen organisatie kwamen er tal van originele oplossingen, waarbij sterk ingezet werd op innovatie. Zo werkte een van de voorstellen als een energiegenerator, waarbij zoetwater bij zoutwater omgezet werd in elektriciteit. Veel van de ontwerpen waren ook in delen opgebouwd, waarbij de afzonderlijke delen met woningen of stadions van elkaar losgekoppeld kunnen worden, getransporteerd, en vervolgens elders weer kunnen aanmeren.

Ook in Rotterdam studeerde men op drijvende Olympische locaties in de havens, terwijl in Amsterdam het door Kondor Wessels ontwikkelde private plan 'the Floating Games' gepresenteerd werd, met het IJ als centrale plek voor de Spelen. In Almere werkt de stichting 'Floating Life' aan drijvende woonwijken die zouden kunnen dienen als Olympisch Dorp.

Al deze voorstellen zijn aanleiding om samen te werken aan vraagstukken als regelgeving, productietechnieken, afzetbaarheid en verscheepbaarheid, los van de plek.

Door op basis van de sport- en evenementenstrategie gecoördineerd aan dit soort vraagstukken te werken, zou niet alleen de haalbaarheid voor Spelen in Nederland toenemen, maar ontstaat er al vroeg een 'legacy' in de vorm van een nieuwe industrie met toepassingsmogelijkheden in 's werelds deltagebieden.

In de Rotterdamse Rijnhaven is daarom een drijvend futuristisch paviljoen afgemeerd dat als een expertisecentrum voor een innovatieve en inspirerende aanpak van klimaat, energie en water fungeert. Rotterdam investeert in de ontwikkeling van kennis over bouwen op water via programma's als Rotterdam Climate Proof, Clean Tech Delta en de ontwikkeling van het Netherlands Water Centre. Het uiteindelijke doel is een drijvende stad te realiseren. Om die reden wordt er verderop, op de RDM campus, geïnvesteerd in het Aqua Dock, onderdeel van een circa 3 hectare grote locatie waarbij de markt veel vrijheid krijgt voor de ontwikkeling van drijvend bouwen, inclusief wonen, werken en recreatie.

Ook realiseerde Rotterdam een nieuwe roei-baan, de Willem-Alexander Baan. Hier worden een combinatie van functies en drievoudig ruimtegebruik gerealiseerd. Zo krijgt het waterbergingsvraagstuk voor Rotterdam een plek als er onvoldoende geloosd kan worden op de Nieuwe Maas, ontstaat er een vergroting van het recreatiegebied Rottmeren en krijgt Rotterdam een topsportfaciliteit passend bij haar ambitie als Sportstad.

In de uitwerking van de Spelen voor 2028 die Rotterdam presenteerde had het water

daarom een prominente plek. Water is niet alleen een mooie 'unique selling point' (USP), het toont dynamiek en maakt flexibiliteit mogelijk.

En waarschijnlijk kunnen de Nederlanders zo goed omgaan met dynamiek en flexibiliteit omdat het water zelf die dynamiek en flexibiliteit in onze cultuur noodzakelijk heeft gemaakt.

**WATER IS DAARMEE MEER DAN
EEN LANDSCHAPPELIJK
GEGEVEN, OF EEN SECTOR
VOOR INNOVATIE. WATER
VORMT ZO STERK EEN
ONDERDEEL VAN ONZE
CULTUUR.**

Dat veel van onze 'sociale technologie', de manier hoe Nederlanders met elkaar omgaan en hun omgeving inrichten, rechtstreeks te herleiden is aan de gezamenlijke strijd tegen het water.

Na orkaan Sandy, overstromingen in Jakarta en Buenos Aires vormt de Nederlandse omgang met water steeds vaker een internationale maatstaf. Maar niet alleen calamiteiten, ook waterschaarste is een internationaal vraagstuk, dat niet alleen technische uitdagingen, maar ook juridische en diplomatieke aspecten heeft.

Binnen het Olympisch Plan 2028 werd water ook om die reden als 'USP' gezien:

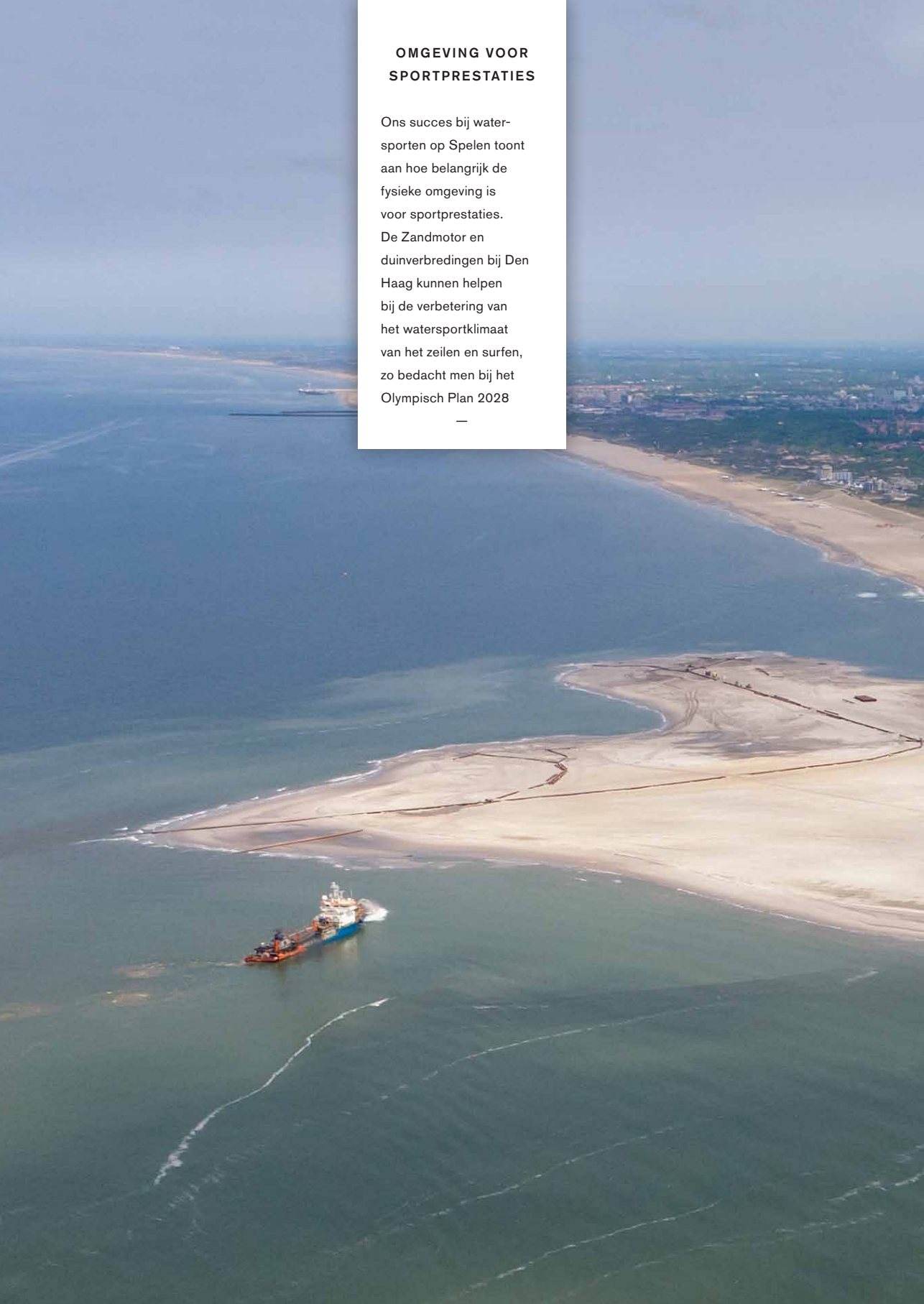
Een voorbeeldfunctie op het gebied van de duurzaamheid van de omgang met water en een eerlijke verdeling ervan past niet alleen binnen het internationale profiel van Nederland, als land van vrede en recht, maar kweekt ook internationaal veel goodwill die helpt bij het lobbyen voor evenementen.

Op de meest recente 'Wereld Waterdag' speelde daarom de aan de TU Twente ontwikkelde 'Water Footprint' zo'n belangrijke rol. Vergelijkbaar met de 'Ecologische Footprint', meet de 'Water Footprint' de hoeveelheid water die nodig is om bijvoorbeeld een kilo biefstuk (15.000 liter) of een T-shirt te maken. Door bewust te sturen op een kleine 'Water Footprint' neemt het watergebruik wereldwijd af.

**SPORTIEF, DYNAMISCH,
FLEXIBEL, SOCIAAL, DENKEND
VANUIT DE GEMEENSCHAP,
DUURZAAM EN
INTERNATIONAAL:
WATER IS NIET ALLEEN EEN
'UNIQUE SELLING POINT',
MAAR OOK EEN METAFOOR
VOOR VEEL VAN DE ANDERE
ASPECTEN DIE SAMEN HET
'ERFGOED' VAN HET
OLYMPISCH PLAN 2028
VORMEN.**

OMGEVING VOOR SPORTPRESTATIES

Ons succes bij watersporten op Spelen toont aan hoe belangrijk de fysieke omgeving is voor sportprestaties. De Zandmotor en duinverbredingen bij Den Haag kunnen helpen bij de verbetering van het watersportklimaat van het zeilen en surfen, zo bedacht men bij het Olympisch Plan 2028





VERBETERD WATERBEHEER

Amsterdam City Swim, een door Waternet gesponsorde wedstrijd in de Amsterdamse grachten, is een eerste bewijs dat een lange termijn strategie van beter waterbeheer vruchten afwerpt.





DUCTH DELTA GAMES

Rotterdam en Den Haag toonden hoe in de inpassing van Spelen de waterproblematiek zichtbaar kon worden, met tribunes in dijken, een drijvend olympisch dorp en binnenstedelijke ontwikkeling geënt op water.

Beachvolleybal ZEEWERING PROMENADE

Zeezeilen ZANDMOTOR TRIBUNE

Canoeing

Clean Tech Hall

Maeslantkering

Nieuwe Waterweg

Offshore windpark

Noordzee

Lek

Hollandse IJsselkering

Rotte

Stadspodiumdijk MEDAL PLAZA

Schie

FLOATING OLYMPIC VILLAGE

WAT

Tweede Maasvlakte

DUCTH DELTA GAMES

Rotterdam en Den Haag toonden hoe in de inpassing van Spelen de waterproblematiek zichtbaar kon worden, met tribunes in dijken, een drijvend olympisch dorp en binnenstedelijke ontwikkeling geënt op water.

Beachvolleybal ZEEWERING PROMENADE

Zeezeilen ZANDMOTOR TRIBUNE

Canoeing

Clean Tech Hall

Maeslantkering

Nieuwe Waterweg

Tweede Maasvlakte

Offshore windpark

Noordzee

Rotterdam

Den Haag

Rotte

Schie

Hollande IJsselkering

Stadspodiumdijk MEDAL PLAZA

FLOATING OLYMPIC VILLAGE

WAT

DUCTH DELTA GAMES

Rotterdam en Den Haag toonden hoe in de inpassing van Spelen de waterproblematiek zichtbaar kon worden, met tribunes in dijken, een drijvend olympisch dorp en binnenstedelijke ontwikkeling geënt op water.

Beachvolleybal ZEEWERING PROMENADE

Zeezeilen ZANDMOTOR TRIBUNE

Canoeing

Clean Tech Hall

Maeslantkering

Nieuwe Waterweg

Tweede Maasvlakte

Offshore windpark

Noordzee

Rotterdam

Den Haag

Rotte

Schie

Hollande IJsselkering

Stadspodiumdijk MEDAL PLAZA

FLOATING OLYMPIC VILLAGE

WAT

DUCTH DELTA GAMES

Rotterdam en Den Haag toonden hoe in de inpassing van Spelen de waterproblematiek zichtbaar kon worden, met tribunes in dijken, een drijvend olympisch dorp en binnenstedelijke ontwikkeling geënt op water.

Beachvolleybal ZEEWERING PROMENADE

Zeezeilen ZANDMOTOR TRIBUNE

Canoeing

Clean Tech Hall

Maeslantkering

Nieuwe Waterweg

Tweede Maasvlakte

Offshore windpark

Noordzee

Rotterdam

Den Haag

Rotte

Schie

Hollande IJsselkering

Stadspodiumdijk MEDAL PLAZA

FLOATING OLYMPIC VILLAGE

WATER

DUCTH DELTA GAMES

Rotterdam en Den Haag toonden hoe in de inpassing van Spelen de waterproblematiek zichtbaar kon worden, met tribunes in dijken, een drijvend olympisch dorp en binnenstedelijke ontwikkeling geënt op water.

Beachvolleybal ZEEWERING PROMENADE

Zeezeilen ZANDMOTOR TRIBUNE

Canoeing

Clean Tech Hall

Maeslantkering

Nieuwe Waterweg

Tweede Maasvlakte

Offshore windpark

Noordzee

Lek

Hollandse IJsselkering

Rotte

Stadspodiumdijk MEDAL PLAZA

Schie

FLOATING OLYMPIC VILLAGE

WAT

DUCTH DELTA GAMES

Rotterdam en Den Haag toonden hoe in de inpassing van Spelen de waterproblematiek zichtbaar kon worden, met tribunes in dijken, een drijvend olympisch dorp en binnenstedelijke ontwikkeling geënt op water.

Beachvolleybal ZEEWERING PROMENADE

Zeezeilen ZANDMOTOR TRIBUNE

Canoeing

Clean Tech Hall

Maeslantkering

Nieuwe Waterweg

Tweede Maasvlakte

Offshore windpark

Noordzee

Lek

Hollandse IJsselkering

Rotte

Stadspodiumdijk MEDAL PLAZA

Schie

FLOATING OLYMPIC VILLAGE

WAT

DUCTH DELTA GAMES

Rotterdam en Den Haag toonden hoe in de inpassing van Spelen de waterproblematiek zichtbaar kon worden, met tribunes in dijken, een drijvend olympisch dorp en binnenstedelijke ontwikkeling geënt op water.

Beachvolleybal ZEEWERING PROMENADE

Zeezeilen ZANDMOTOR TRIBUNE

Canoeing

Clean Tech Hall

Maeslantkering

Nieuwe Waterweg

Offshore windpark

Noordzee

Lek

Hollandse IJsselkering

Rotte

Stadspodiumdijk MEDAL PLAZA

Schie

FLOATING OLYMPIC VILLAGE

WAT

Tweede Maasvlakte

DUCTH DELTA GAMES

Rotterdam en Den Haag toonden hoe in de inpassing van Spelen de waterproblematiek zichtbaar kon worden, met tribunes in dijken, een drijvend olympisch dorp en binnenstedelijke ontwikkeling geënt op water.

Beachvolleybal ZEEWERING PROMENADE

Zeezeilen ZANDMOTOR TRIBUNE

Canoeing

Clean Tech Hall

Maeslantkering

Nieuwe Waterweg

Offshore windpark

Noordzee

Lek

Hollandse IJsselkering

Rotte

Stadspodiumdijk MEDAL PLAZA

Schie

FLOATING OLYMPIC VILLAGE

WAT

Tweede Maasvlakte

DUCTH DELTA GAMES

Rotterdam en Den Haag toonden hoe in de inpassing van Spelen de waterproblematiek zichtbaar kon worden, met tribunes in dijken, een drijvend olympisch dorp en binnenstedelijke ontwikkeling geënt op water.

Beachvolleybal ZEEWERING PROMENADE

Zeezeilen ZANDMOTOR TRIBUNE

Canoeing

Clean Tech Hall

Maeslantkering

Nieuwe Waterweg

Tweede Maasvlakte

Offshore windpark

Noordzee

Rotterdam

Den Haag

Rotte

Schie

Hollande IJsselkering

Stadspodiumdijk MEDAL PLAZA

FLOATING OLYMPIC VILLAGE

WAT

DUCTH DELTA GAMES

Rotterdam en Den Haag toonden hoe in de inpassing van Spelen de waterproblematiek zichtbaar kon worden, met tribunes in dijken, een drijvend olympisch dorp en binnenstedelijke ontwikkeling geënt op water.

Beachvolleybal ZEEWERING PROMENADE

Zeezeilen ZANDMOTOR TRIBUNE

Canoeing

Clean Tech Hall

Maeslantkering

Nieuwe Waterweg

Tweede Maasvlakte

Offshore windpark

Noordzee

Rotterdam

Den Haag

Rotte

Schie

Hollande IJsselkering

Stadspodiumdijk MEDAL PLAZA

FLOATING OLYMPIC VILLAGE

WAT



Waal

Merwede

OLYMPISCH
STADION

Zwemmen
KLIMAATDIJKSTADION

Ahoy
SPORTPALEIS

RDM Campus

WATER FREELANE

Hartelkering

Oude Maas

Volkerakdam

Philipsdam

Grevelingerdam

Haringvlietdam

Wielrennen
OSMOSEDAM

Brouwersdam

EEN DRIJVENDE INDUSTRIE

Rotterdam investeert reeds in de ontwikkeling van kennis over bouwen op water. Het uiteindelijke doel is een drijvende stad (en/of wijk) te realiseren.





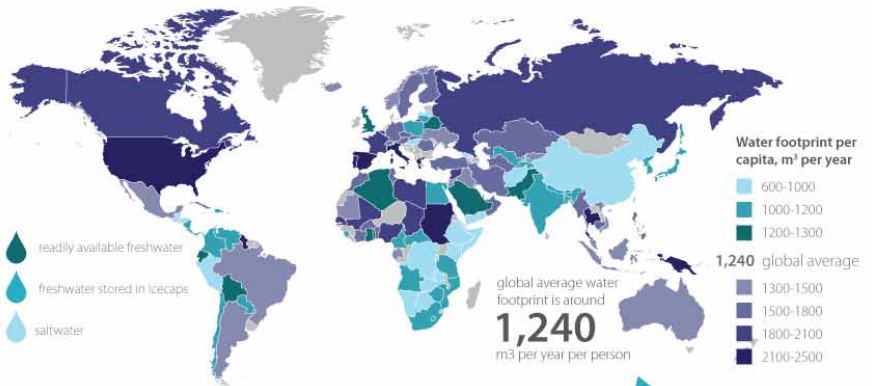
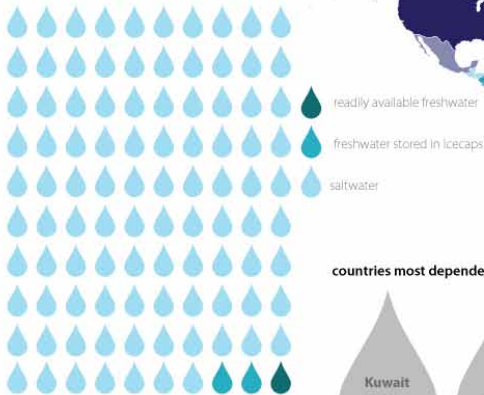
WATER FOOTPRINT

De TU Twente ontwikkelde de systematiek van de 'Water Footprint'. Een duurzame omgang met water en een eerlijke verdeling ervan past niet alleen binnen het internationale profiel van Nederland maar kweekt ook internationaal veel 'goodwill'.

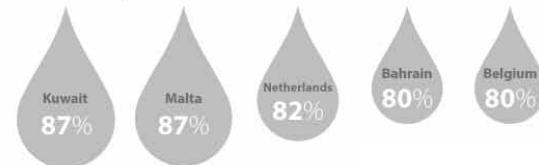
—

The 'water footprint' of a country is defined as the volume of water needed for the production of goods and services consumed by the inhabitants of the country.

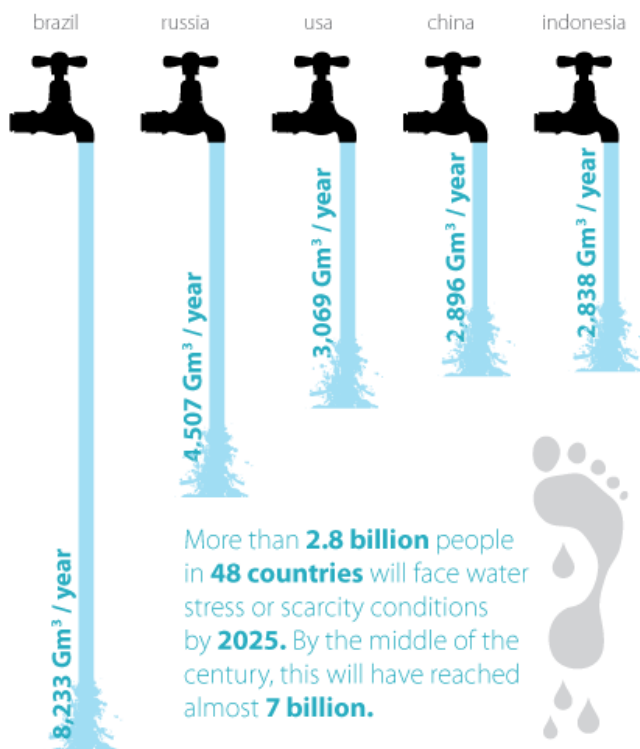
amount of freshwater available



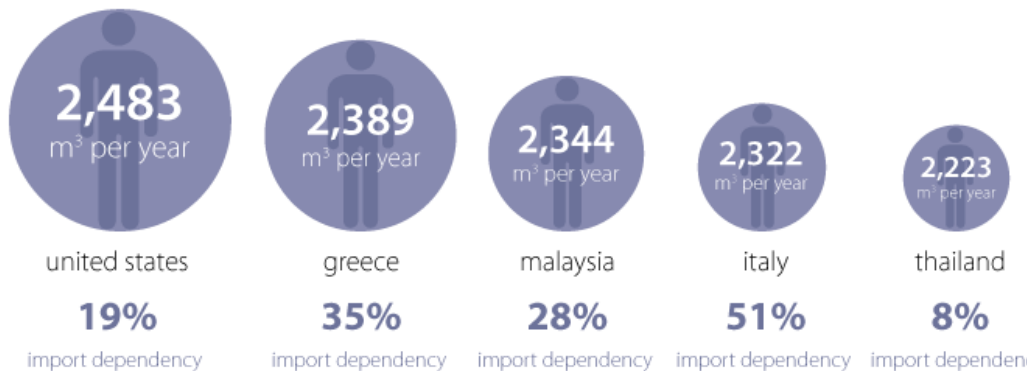
countries most dependent on water imports



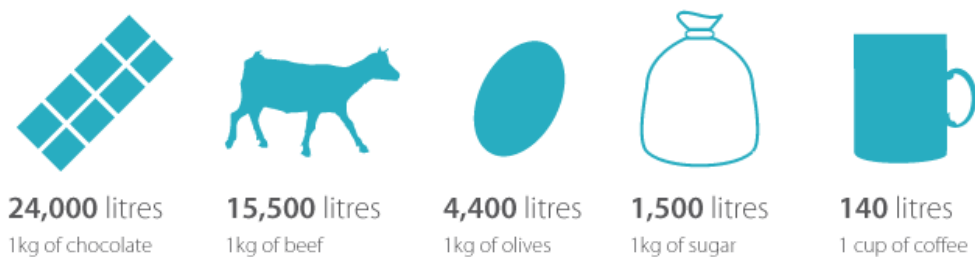
70%
of existing freshwater
is withdrawn for irrigation
in agriculture



the highest water footprints per capita



water footprint of different foods



SPORTIEVE
&
BEWEEG-
RIJKE
STAD

In de internationale concurrentiestrijd tussen steden spelen sport en evenementen een belangrijke rol. Dat geldt voor media-exposure die evenementen brengen, maar ook voor de stadions en andere faciliteiten waar ze plaatsvinden. Deze zijn steeds vaker een showcase voor de stad.

Rotterdam, bijvoorbeeld, profileert zich echt als een topsportstad door grote evenementen naar de stad te halen. Die leveren prachtige TV-beelden op van de accommodaties, de stad en het landschap. En ze laten het enthousiasme van de bevolking zien, dat mas-saal uitloopt voor zulke evenementen.

Sport en stad kunnen zo veel voor elkaar betekenen. Topsportaccommodaties fungeren al decennialang als aanjager voor diverse gebiedsontwikkelingen. Stadions zijn, alleen al om hun formaat, herkenbare bakens in de stad. Deze herkenbaarheid maakt het ook voor andere functies een aantrekkelijke plek. Daarnaast is het natuurlijk zo dat de bereikbaarheid van deze locaties uitstekend is, met vaak ook voldoende verkeerplekken. Ook dat nodigt uit tot complementaire functies.

Aan het gebied rondom de Amsterdam Arena is goed te zien hoe een sportfaciliteit een generator kan zijn voor tal van functies. Wat begon met een stadion bovenop een transferium, is langzaam uitgegroeid tot een compleet stadsdeel, waarin bezoekers van de verschillende functies elk op andere tijden gebruik maken van de infrastructuur: kantoren overdag gedurende de week, de winkels in het weekend, de bioscoop en popzalen in de avonden, het voetbal op zondagmiddag.

Bij zulke sportgerelateerde gebiedsontwikkelingen zien we dat duurzaamheidseisen,

zoals die vanuit de internationale sportbonden (en met name het IOC, waar duurzaamheid een zogenaamd 'knock-out' criterium is voor toewijzing), ook reflecteren op de omgeving.

Voor de Spelen in Londen 2012 werd het project 'Develop' opgezet. Dit project tracht verbindingen met de omgeving te leggen en mensen aan te moedigen om te wandelen of te fietsen. Met bijna driekwart van alle reisafstanden die dagelijks worden afgelegd binnen een straat van 8 km is er een enorm potentieel voor positieve en blijvende verandering. Het programma stimuleert mensen om te identificeren wat ze goed en slecht vinden in hun lokale omgeving om vervolgens met hen en lokale stakeholders te werken aan oplossingen. Inzet hiervan is om mensen zelf 'eigenaar' te maken van hun omgeving.

**HET ZIJN OOK JUIST DE
BREEDTESPORT EN INFORMELE
SPORT DIE BELANGRIJK ZIJN
VOOR DE STAD. BEIDE
LEVEREN EEN BIJDRAGE AAN
LEVENDIGE, SOCIALE EN
GEZONDE BUURTEN.**

De afgelopen jaren zijn er, onder meer vanuit het Olympisch Plan, tal van onderzoeken en ontwerpstudies geweest naar de relatie tussen sport en stad. Deze onderzoeken hebben geleid tot een verankering van de rol van sport in de stad in divers overheidsbeleid. In het huidige regeerakkoord, 'Bruggen Slaan', staat bijvoorbeeld:

"Sport brengt mensen bij elkaar en is van groot maatschappelijk belang. Kinderen verwerven belangrijke sociale vaardigheden. Voldoende en veilig sporten houdt jonge en oude mensen fitter en gezonder. We willen dat meer mensen kunnen sporten en bewegen in hun eigen omgeving. Er zijn nog veel mogelijkheden om de openbare ruimte beter te benutten."

De Gemeente Amsterdam borduurt hierop voort in haar Sportplan 2013-2016. Daarin staat dat ze de bestaande sportaccommodaties en de sportvelden efficiënter willen benutten, zodat deze niet de helft van de week ongebruikt zijn. En ook Amsterdam wil dat de openbare ruimte zo sportief mogelijk wordt ingericht, zodat "jonge en oudere Amsterdammers worden gestimuleerd te fietsen, te wandelen of op een andere manier te spelen en te sporten". Vaak wordt als voorbeeld voor de aanwezigheid van sport in de stad het Amsterdamse Olympiaplein gebruikt.

Het Olympiaplein werd 1927 aangelegd, voorafgaand aan de Olympische Spelen. Oorspronkelijk was er een 8-laans atletiekbaan, met accommodatie voor spring- en werpnummers, als trainingsbaan voor de Olympische Spelen. Na de Spelen vestigde zich er een atletiekvereniging. Een aantal jaren gelden werd het Olympiaplein opgeknapt. De historische atletiekbaan is verwijderd. Op het sportpark bevinden zich nu de voetbalvelden

van Swift en een nieuwe, korte atletiekbaan. Bij de opknappbeurt zijn er nieuwe voorzieningen aangebracht. Er is een gebouw waar mensen behandeld worden aan sportblessures. Aan de zuidzijde van het sportpark is een sport- en spelterrein voor jongeren, naar de vorm 'Halve Maan' genoemd. Op het hek (ontworpen door Ruud Jan Kokke, die hiervoor in 2008 een Dutch Design Award werd toegekend) staat in vergulde letters de tekst "Hier trainde Fanny Blankers-Koen".

Omdat het plein zo centraal ligt ten opzichte van het centrum en de nabijgelegen snelweg A10 en de Zuidas, zijn er wel plannen geweest het plein op te offeren ten gunste van woningbouw en kantoren. Deze plannen hebben het fortuinlijk genoeg niet gered door protest van de buurtbewoners en gebruikers van het sportpark.

Wat dat betreft is het Olympiaplein een uitzonderingsgeval. Sportfaciliteiten werden de afgelopen decennia nog vaak verplaatst naar de rand van de stad. Gelukkig begint het besef te ontstaan dat sportfaciliteiten in de stad een belangrijke rol kunnen spelen voor beweging en sociale cohesie. Dankzij kunstgras, bijvoorbeeld, is gebruik van voetbalvelden niet meer alleen aan de sportclub voorbehouden: binnen- en buitenschools gebruik, het sportveld als wijkvoorziening en de kantine wordt clubhuis voor velen. Sport en sportvoorzieningen kunnen op lokaal niveau ingezet worden voor wijkontwikkeling.

**TEGELIJKERTIJD HEEFT DE
STAD ZELF OOK VELE
MOGELIJKHEDEN OM TOT
BEWEGING UIT TE DAGEN.**

Op youtube is een hele verzameling 'extreme urbansports' te zien. Skateboarden op straten, pleinen en trappen, 'parkour' (het 'vrije rennen' waarbij het doel is om zo snel mogelijk van A naar B te gaan, dwars over en door alle obstakels) of 'buildering' (het beklimmen van gebouwen) zijn extreme versies van de mogelijkheden die de stad biedt voor beweging.

Het ontwerp van de openbare ruimte kan immers ingezet worden om beweging en sport te versterken op publieksvriendelijke wijze. Meer bewegen in de stad zit hem soms in kleine dingen. Een makkelijk bereikbare trap voorkomt overmatig gebruik van de lift. Brede stoepen stimuleren spelen. Het weghalen van een hek om het schoolplein maakt een sportplein.

Openbare of eenvoudig toegankelijke ruimte voor sport, spel en beweging bevordert lichamelijke activiteit.

"KLEINE AANPASSINGEN IN DE OPENBARE RUIMTE KUNNEN MENSEN JUIST MEER LATEN BEWEGEN TIJDENS HET DAGELIJKS LEVEN."

Dat zegt Dick Ettema, geograaf en onderzoeksleider van het project "Sport en fysieke activiteit in de openbare .

Openbare faciliteiten zouden 'sportproof' gemaakt moeten worden (trapleuning, douche gelegenheid in park, etc.). Maar ook tijdelijke sportevenementen, zoals bijvoorbeeld de Urbanathlon, zouden een vanzelfsprekend onderdeel van de stad moeten zijn.

Met name in deze tijd, waarin veel naar tijdelijke oplossingen wordt gezocht voor bijvoorbeeld leegstaande terreinen, biedt sport uitstekende mogelijkheden. Het inbrengen van sport in de stad hoeft namelijk niet altijd veel te kosten: met enige creativiteit kunnen er tal van 'light' versies bedacht worden. Twee prullenbakken tegenover elkaar en een geveerd speelveld erbij nodigen al uit tot een balspel.

De meest voor de hand liggende manier om een sportieve en beweegrijke stad te maken ligt natuurlijk in het bevorderen van de beloopbaarheid en het fietsen. Internationaal gezien zien we in veel steden grote investeringen op dit gebied. In Parijs, Londen en New York heeft de fiets een centrale rol in de stad gekregen, met leenfietsen en fietspaden. Tot aan São Paulo en Rio de Janeiro adviseren Nederlandse planners als Posad en Studio Rosa over het ontwerpen van de fietsen in de steden.

De reden voor steden over de hele wereld om zoveel te investeren in 'walkability' en 'bikability' is dat iedere keer blijkt dat steden waar dit goed geregeld is succesvoller zijn op de internationale lijstjes voor wat betreft een gunstig vestigingsklimaat. Het heeft direct economische impact, zowel op de kleine schaal (het werkt omzetverhogend voor de middenstand) als op de grote schaal (het trekt kenniswerkers en bedrijven). De Nederlandse kennis op het gebied van 'sportieve steden' biedt interessante exportkansen.

De economische impact houdt hier echter niet op. Zoals al eerder gesteld, heeft een toenemende vitaliteit ook directe gevolgen voor de gezondheid van de burgers en vermindert het de kosten voor zorg- en welzijn.

#GEZELLIGDRUK RUIMTELIJKE TOPDRUKTE OP DE ARENA BOULEVARD

Sebastian van Berkel, MUST Stedebouw

Het is 7 juli 2012. Een vader en zijn zoon lopen richting de Heineken Music Hall. Het concert van De Dijk begint zo meteen. In het naastgelegen pand staan korte rijen voor de self service kassa's van de Pathé megabioscoop. Een stel dat inmiddels hun tweede kind verwacht, doet de laatste inkopen bij de Prenatal XL. In het stadion achter deze megastore worden de laatste witte doeken aan het dak gehesen voor Sensation. De die-hard fans van Madonna hebben elkaar inmiddels al gevonden in de rij voor de Ziggo Dome en wisselen de laatste nieuwtjes uit over de Queen of Pop.

www.must.nl

Dit alles speelt zich tegelijkertijd af aan een stuk openbare ruimte van 75 bij 450 meter: de ArenA Boulevard in Amsterdam-Zuidoost.

Arenapoort, het gebied waar de boulevard ligt, is het tweede stadscentrum van Amsterdam. Jaarlijks trekt het zo'n 13 miljoen bezoekers aan. Op een dag als deze dat in de Amsterdam ArenA, Heineken Music Hall en de Ziggo Dome tegelijkertijd een evenement plaatsvindt, levert dit een potentiële bezoekersstroom van 79.000 mensen op. De woordvoerder van stadsdeel Amsterdam-Zuidoost, Erik Weber, ziet de dag zonnig tegemoet. "Iedereen staat op scherp: Naast de politie onder andere de handhavers openbare ruimte, het Gemeentelijk Vervoer Bedrijf en parkeerbeheer. We zullen moeten ervaren of het net zo is als wij in theorie bedacht hebben. Op 7 juli is de grote test. Maar volgens mij wordt het een feest."

De bezoekers van de evenementen zijn via allerlei kanalen op de hoogte gebracht van de verwachte drukte. Men wordt aangeraden om gebruik te maken van de extra treinen en metro's. Speciaal voor deze dag zijn routeadviezen gemaakt voor mensen die besluiten om toch met eigen vervoer te komen. Op en vanaf de snelwegen staan informatieborden. Per evenement wordt aangegeven waar men op dat moment het beste kan parkeren. Zo rijdt het verkeer verspreid over het gebied, kan iedereen doorrijden en niet geheel onbelangrijk: iedereen is op tijd voor zijn of haar avond uit.

Ruimtelijk kan het!

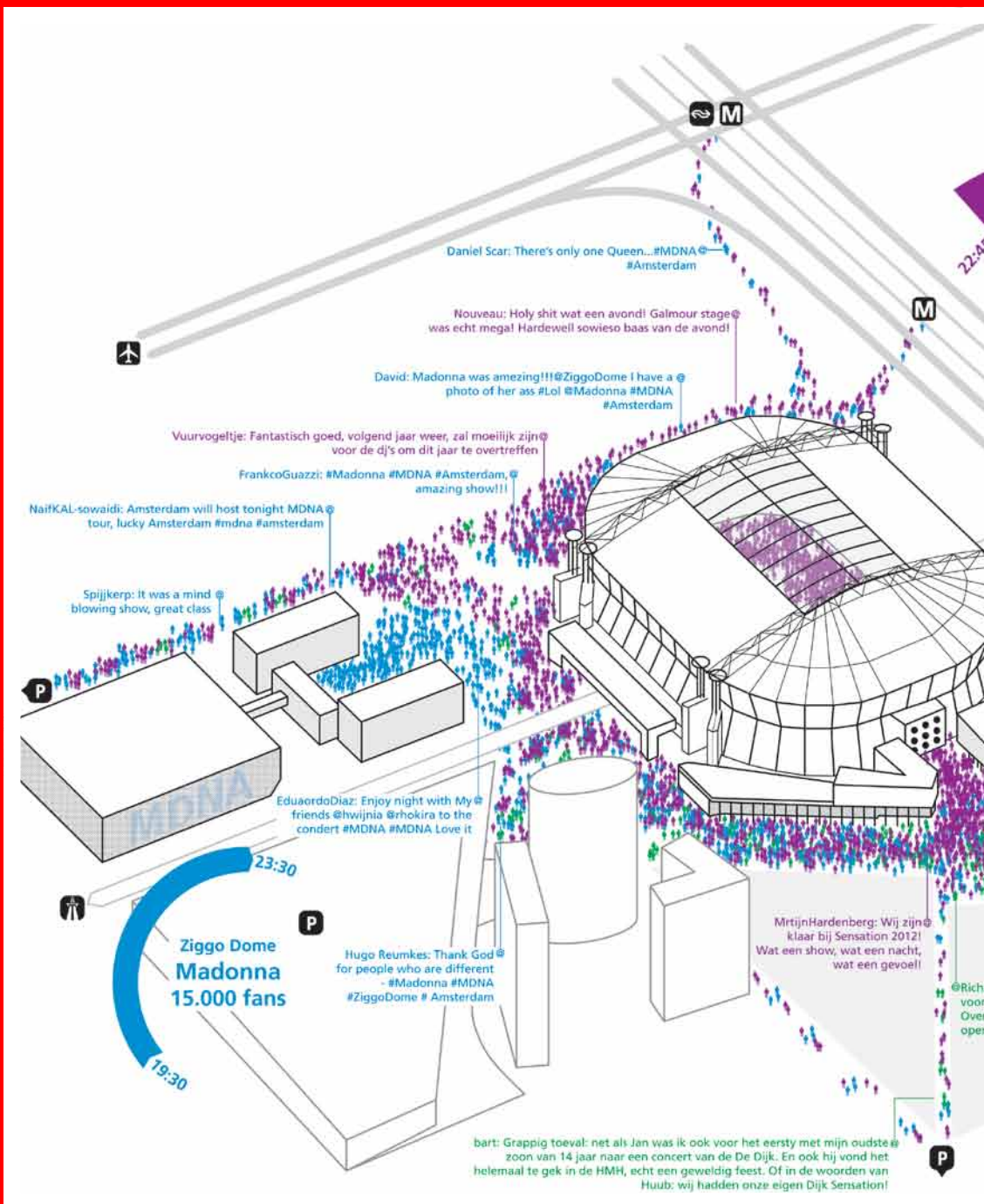
De ArenA Boulevard op 7 juli 2012 heeft nagenoeg alles gemeen met de belangrijkste conclusie uit het rapport 'Olympische Hoofdstructuur' van Must/DHV. In het rapport zijn de ruimtelijke alternatieven en implicaties van het mega-evenement Olympische Spelen 2028 in Nederland onderzocht.

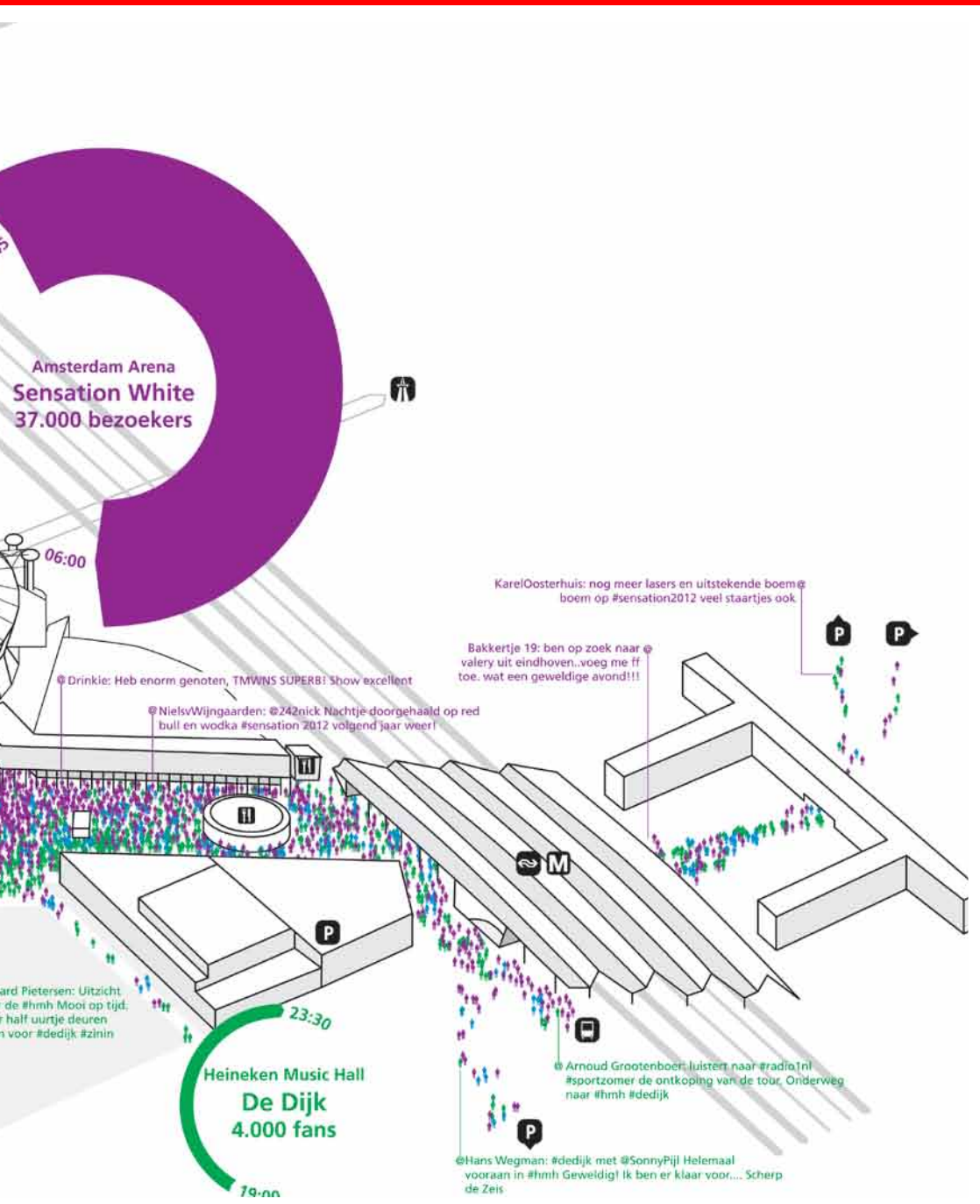
"Ruimtelijk kan het! Wel is daarvoor een strak en goed georganiseerd (tijdelijk) verkeers- en vervoersmanagement nodig en moeten de bezoekers vrijwel allemaal (het laatste deel van) hun reis naar de stadions met het openbaar vervoer afleggen". Een dag als 7 juli 2012 is met het bijbehorende management en alle voorzieningen en infrastructuur een evenement op 'Olympisch niveau'. Een dag die overigens meerdere keren per jaar plaatsvindt aan de ArenA Boulevard.

Maar het kan altijd beter. Op en rond grote evenementen aan de ArenA Boulevard gaat het nog niet vlekkeloos. Stadsdeel Zuidoost heeft onlangs onderzoek gedaan naar regie op het evenementenverkeer. Uit het onderzoek blijkt dat bij de voorbereiding en uitvoering van de evenementen op dit moment meerdere overheidsorganisaties en private organisaties betrokken zijn die min of meer los van elkaar werken. Tijdens evenementen wordt al wel extra politie en verkeersmanagement ingezet, is er parkeermanagement, is er enige programmatische afstemming en ad hoc overleg met NS en GVB. Maar behoefte aan is, is aan centrale regie. Voorstel is om de rol van de bestaande stadsregisseur uit te breiden als regisseur bij evenementen in Zuidoost.

Een dag als 7 juli staat symbool voor alles wat er al is aan evenementen in Amsterdam: van de dagelijkse markt in de Albert Cuypstraat tot aan het jaarlijkse Prinsengrachtconcert of Koningsdag: de openbare ruimte van Amsterdam en het management daarvan kan nogal wat hebben en wordt steeds slimmer.

Kijkend naar de vele tweets en posts op fora, had de woordvoerder van het Stadsdeel gelijk. De meeste bezoekers hebben een onvergetelijke dag gehad bij hun evenement aan de ArenA Boulevard. Het was #gezelligdruk.





SPORT- ONTWIKKELING ALS GENERATOR

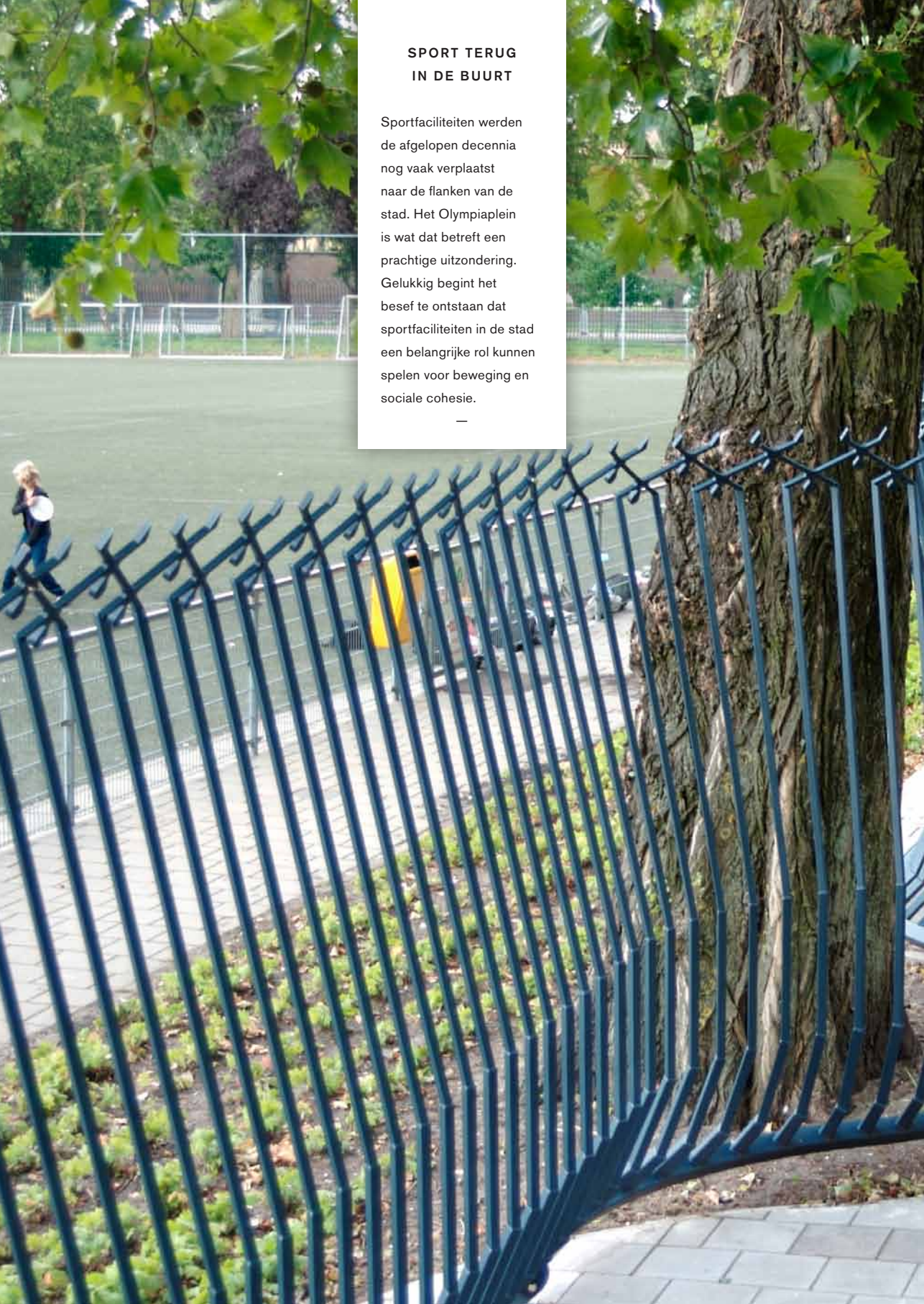
Aan het gebied rondom de Amsterdam ArenA is goed te zien hoe een sportfaciliteit generator kan zijn voor tal van functies. Wat begon met een stadion is uitgegroeid tot een compleet stadsdeel.





SPORT TERUG IN DE BUURT

Sportfaciliteiten werden de afgelopen decennia nog vaak verplaatst naar de flanken van de stad. Het Olympiaplein is wat dat betreft een prachtige uitzondering. Gelukkig begint het besef te ontstaan dat sportfaciliteiten in de stad een belangrijke rol kunnen spelen voor beweging en sociale cohesie.





SPORT CITY

Tijdelijke sport-evenementen, zoals bijvoorbeeld de Urbanathlon, zouden een vanzelfsprekend onderdeel van de stad moeten zijn. Met name in deze tijd, waarin veel naar tijdelijke oplossingen wordt gezocht voor bijvoorbeeld leegstaande terreinen, biedt sport mogelijkheden.





VITALITEIT ALS EXPORTKANS

De Nederlandse kennis om een sportieve en beweegrijke stad te maken biedt interessante exportkansen. De economische impact houdt hier echter niet op. Een toenemende vitaliteit heeft ook directe gevolgen voor de gezondheid van de burgers en vermindert het de kosten voor zorg- en welzijn.





**DE FYSIEKE STAD
ALS BEWEEGPLAK**

'Building' – het
beklimmen van gebouwen
– als extreme versies van
de mogelijkheden die de
stad biedt voor beweging.



An abstract graphic design featuring layered, folded paper-like shapes. A vibrant green shape is positioned in the upper left, while a brown shape with a wood-grain texture dominates the lower right. The text is centered over the intersection of these shapes.

DYNAMISCH & FLEXIBEL

“Vanuit de evenementen kan je over de stad gaan denken en ontwerpen als een soort ballon, die meebeweegt en meegroeit met tijdelijke gebeurtenissen en flexibel omgaat met nieuwe omstandigheden”.

In het Open Ontwerpatelier 2028 (OO2028) hebben zich een aantal ontwerp bureaus verenigd die eerder, voor overheden of voor NOC-NSF, werkten aan het Olympisch Plan. Daarbinnen werkten deze ontwerpers bijvoorbeeld aan ideeën om zogenaamde ‘white elephants’, leegstaande accommodaties na de Spelen, te voorkomen. Ze zijn blijven samenwerken nadat het organiseren van de Spelen uit het regeerakkoord geschrapt werd, omdat, zo zeggen ze,

“TEVEEL VAN DE THEMA'S WAARAAN WE WERKTEN VAN ONVERMINDERD BELANG ZIJN VOOR DE TOEKOMST VAN DE STAD.” HET BELANGRIJKSTE THEMA VOOR HEN IS, WAT ZE NOEMEN, DE ELASTICITEIT VAN DE STAD.

De ontwerpers wijzen daarbij op een aantal fenomenen. Niet alleen de toegenomen intensiteit en frequentie van evenementen in de stad, maar ook de toename van tijdelijke gebouwen en braakliggende terreinen, en de transformatieopgave in de bestaande voorraad. Tot slot stellen ze dat zo'n ‘elastische stad’ ook beter om kan gaan met calamiteiten, zoals bijvoorbeeld door extreem weer; “De stad moet de komende periode vooral veerkrachtig gemaakt worden.”

In de Nederlandse steden zien we inderdaad een wildgroei van tijdelijke gebouwen en containers. Waren dat vroeger vooral noodlokalen bij scholen in nieuwbouwwijken, nu lijkt de hele stad langzaam vol te lopen met studentenwooncomplexen, zeecontainerdorpen, vluchtelingenhuisvesting, opvanghuizen en winkelcentra, gebouwd uit tijdelijke units of containers. Het is duidelijk dat de traditionele architectuur zoals wij die kennen niet meer in staat is om het tempo waarmee de maatschappij verandert bij te benen. Regelgeving is te complex, democratische processen zijn te traag, geld te snel en te schaars, maatschappelijke vragen te acuut. Ontwerp en productie van tijdelijke bouwsels wordt een steeds volwassener bedrijfstak.

Grote sportevenementen zijn hier vaak de aanjager van. In Londen 2012, bijvoorbeeld, waren de bovenste ringen van het Olympisch Stadium demontabel. Na afloop van de Spelen, zo was de gedachte, kan een kleiner stadion beter geëxploiteerd worden. Hetzelfde geldt voor het door Zaha Hadid ontworpen zwemstadion. De twee vleugels met daarin de hoge tribunes kunnen ook verwijderd worden. Het basketbalstadion kon in zijn geheel verkocht en elders weer opgebouwd worden. Qatar heeft al in haar ‘bid’ aangegeven dat het leeuwendeel van de voetbalstadions voor de WK2022 na afloop aan Afrika geschonken wordt, opdat uit de 12 voetbalstadions 22 nieuwe stadions gebouwd kunnen worden.

Het gebruik van tijdelijke accommodaties bij grote evenementen heeft in Londen voor het eerst echt grote vlucht genomen. Er is dan ook nog veel fout gegaan: het was bijvoorbeeld lang niet duidelijk wat er met het Olympisch Stadion zou gebeuren, en het basketbalstadion ligt nog opgeslagen in een loods. Tijdens de PANStadia Expo afgelopen december in Amsterdam over de lessen van Londen werden de eerste conclusies getrokken: er liggen niet alleen grote kansen voor volledig demontabele tijdelijke bouwwerken, maar juist ook voor het slim koppelen van tijdelijke bouwwerken aan permanente structuren.

Op de kleinere schaal, in de 'Hospitality Villages', is er al veel meer ervaring met tijdelijke bouwsels. En het zijn vooral de Nederlanders die op dit terrein grote know-how hebben.

Maar ook op de grotere schaal zullen de Nederlanders niet achterblijven: ZJA ontwierp als een stadion dat makkelijk om te bouwen is van atletiek naar voetbal, en het architectenbureau temp.architecture maakte mooie voorstellen voor tijdelijke uitbreidingen op het Olympisch Stadion in Amsterdam.

FLEXIBELE GEBOUWEN MAKEN OOK EEN FLEXIBEL GEBRUIK VAN LOCATIES MOGELIJK.

In 1994 werd de Davis Cup-wedstrijd Nederland – Verenigde Staten in een spectaculaire setting op de Müllerpier in de Rotterdamse haven gespeeld. Een tijdelijk tennisstadion verrees met de haven als decor. Om dit beeld kracht bij te zetten werd zelfs

een havenkraan tijdelijk aangemeerd. In 2012 was het de beurt aan Amsterdam, die het postindustriële decor van het Westerpark als tijdelijke locatie voor de Davis Cup gebruikte.

De grote kansen liggen er, zoals al bleek bij de evaluatie van Londen, in het slim combineren van 'bespoke' (het op maat maken) en het standaardiseren. Bij het denken over Olympisch Plan 2028 ontstond bijvoorbeeld het idee om voor sportaccommodaties modulaire systemen (voor bijvoorbeeld tribunes, VIP- en mediafaciliteiten) te ontwikkelen die het mogelijk maken eenvoudiger grote evenementen te organiseren door ze tijdelijk toe te voegen aan bestaande accommodaties. Dit werkt binnen de evenementenambitie van Olympisch Vuur, maar kan ook een exportproduct vormen. En vanuit de (wereldwijde) evenementen kan dan ook inspiratie en mogelijkheden ontstaan voor al die andere bouwopgaven waarvoor tijdelijke oplossingen opportuun zijn.

Het vermogen om accommodaties tijdelijk op te rekken geldt natuurlijk vooral ook de logistieke en technische infrastructuur van de stad. Toenemende mobiliteit is niet alleen een reden waarom evenementen en tijdelijkheid een steeds grotere rol in de stad spelen (het is immers mogelijk dat grote aantallen mensen zich snel verplaatsen om deel te nemen), het is ook een van de aspecten van de stad waar veerkracht bij uitstek een grote rol speelt.

OP HET GEBIED VAN DE INFRASTRUCTUREN (VOOR MOBILITEIT, VOOR ENERGIE,

VOOR INFORMATIE) ZIEN WE DAT DIGITALE TECHNOLOGIE HET MOGELIJK MAAKT DEZE VEEL BETER TE GEBRUIKEN.

'Smart grids', bijvoorbeeld, gebruiken digitale technologie om het elektriciteitsnet robuuster en efficiënter te maken, waardoor ze bijvoorbeeld bi-directioneel worden, en burgers hun zelf-opgewekte energie terug kunnen leveren aan het net. Hierdoor neemt de capaciteit en flexibiliteit toe.

Door informatie over ruimtes, gebruik, netwerken, stromen in kaart te brengen en toegankelijk te maken kunnen burgers, bedrijven en overheden dit 'grid' – de verzameling van data over het stedelijk leven, gebruiken om het potentieel van de bestaande stad beter te benutten en de kwaliteit van het leven in de stad te verhogen. Informatie opgedaan bij evenementen, bij tijdelijke momenten van extreem gebruik, is daarvoor extra interessant.

Het experimenteren met (grootschalige) evenementen is daarmee niet alleen aantrekkelijk voor de bezoekers en voor de marketing van de stad, ze biedt zo ook mogelijkheden voor het verder ontwikkelen van tijdelijke gebouwen, geeft inzicht in de capaciteit en kwaliteit van de stad, en vormt zo een belangrijk instrument om de stad veerkrachtiger en adaptiever te maken.

Maar digitale technologie heeft nog een ander effect. Het verschuift het statische begrip

van eigendom van gebouwen, met de koppeling van aan een vaste functie, naar gebruik. AirBNB, bijvoorbeeld, is een service waardoor huiseigenaren met een kamer over deze via het Internet aan kunnen bieden aan reizigers die een alternatief aan een hotel willen. Iedere woning met een extra kamer wordt zo in principe een hotel, en kan, net als bijvoorbeeld de bank van couchsurfing.org, ingezet worden om de hotelcapaciteit van de stad tijdelijk te vergroten (een kritiek punt bij de organisatie van Spelen in Nederland).

Digitale technologie maakt het mogelijk om daarbij ook andere financiële modellen te gebruiken, waarmee niet alleen het eigendom een andere rol speelt, maar waarmee ook kringlopen en koppelingen tussen systemen eenvoudiger plaats kan vinden.

Om bij de planning van steden meer rekening te kunnen houden met de veranderende tijdsdimensie van de stad en steden flexibeler en veerkrachtiger te maken zijn dus uitvindingen nodig op ruimtelijk, technisch en financieel gebied. De ontwerpers van Open Ontwerpatelier 2028 zien het zo: "Nederland doet het heel goed op het gebied van evenementen: het past misschien wel goed bij onze volksaard. Met de organisatie (ID&T), logistiek en crowd-management (TNT, Nedap) en producten (De Meeuw, De Boer tenten, Neptunus) hebben inmiddels een aantal fantastisch exportproducten. Door ons te profileren als 'event-city' of 'event-country' kunnen deze exportproducten elkaar versterken en helpen bij de ontwikkeling van die nieuwe, elastische, stedelijkheid."



DORRIE EILERS

DIRECTEUR NEPTUNUS

“In Londen maakte we niet alleen de Cisco hal, de Retail Megastore en het High-performance Centre, maar ook de twee McDonalds restaurants op het Olympic Park. Voor een bedrijf als McDonalds is de duurzaamheid van tijdelijke gebouwen een belangrijk motief. Wij moesten aantonen dat alle onderdelen van de restaurants ook echt hergebruikt worden. Ik zou het precies voor je kunnen uitzoeken, maar ik denk dat die restaurants zich nu in allerlei delen weer verspreid hebben over de hele wereld. Een paar onderdelen zullen er nog wel in onze opslagloods staan.

www.neptunus.eu

Neptunus houdt zich bezig op twee marktsegmenten, tenten en demontabel bouwen. Maar echt onderscheidend zijn we natuurlijk op dat laatste terrein; op het gebied van tenten zijn er al heel veel partijen actief. Op het terrein van demontabele gebouwen, gebouwen die in principe voor minstens een half jaar gebouwd worden, doen we projecten over de hele wereld, vaak juist ook gekoppeld aan sportevenementen. Deze winter bijvoorbeeld ook bij de Hahnenkammrennen in Kitzbuhel, waar we de hoofdaccommodatie bouwden, en bij de Spenglercup (ijshockey) in Davos. En ik kom juist terug uit Sochi, waar we voor de komende Spelen weer een aantal echte 'specials' verwachten te maken.

De ontwikkelingen op het gebied van demontabel bouwen gaan snel. Sponsors

van sportevenementen en andere opdrachtgevers verwachten een steeds hogere kwaliteit. Onze demontabele gebouwen zijn echt 'high end', energetisch slim, en zeer comfortabel. Ze moeten natuurlijk ook altijd voldoen aan regelgeving zoals het bouwbesluit.

In Polen hebben we een eigen productiefaciliteit waar een groot deel van onze productie plaatsvindt. Neptunus is een familiebedrijf. Mijn vader Hans en mijn broer Antoine zijn echte technen, en die vinden het fantastisch nieuwe dingen te bedenken. Productontwikkeling doen we zelf. Onze R&D afdeling is continu bezig met nieuwe ontwerpen en ontwikkelingen. Waren de afgelopen periode steeds grotere volumes de uitdaging, nu zijn we juist ook weer bezig met kleinere ruimtes, volgens het zelfde concept en met dezelfde hoge 'standards'."



SPORT TERUG DE STAD IN; TIJDELIJKE SPORTVOORZIE- NINGEN OP BRAAKLIGGENDE TERREINEN



In oktober 2010 maakte temp.architecture een braakliggingskaart. Zij wilden met eigen ogen zien hoe het nu zat met braakliggende bouwgronden in Amsterdam: waren dit incidenten of ging het hier om een structureel fenomeen? Toen onze kaart uitwees dat in de stad een oppervlak aan bouwgrond zo groot als IJburg braak lag en Het Parool deze rekensom oppikte, werd voor een groot aantal mensen duidelijk dat het niet om incidenten gaat. Voor het structurele probleem van braakliggende bouwgronden moet een structurele aanpak worden gevonden.

www.temparchitecture.nl

De crisis in Europa heeft geleid tot een sterke toename van braakliggende gronden, leegstaande kantoorpanden en –woningen en financiële onzekerheid. Deze braakliggende panden en gebieden hebben geen meerwaarde voor de stad en de gemeenschap. Sport is een programma bij uitstek om deze plekken (tijdelijk) mee te activeren, mensen bij elkaar te brengen en een gezonde levensstijl te stimuleren.

De wens van temp.architecture om daadwerkelijk een tijdelijke sportvoorziening in de openbare ruimte te realiseren was de aanleiding voor initiatief om projecten te zoeken die een zinvolle bijdrage leveren aan een sportieve en gezondere toekomst van de stad.

Temp.architecture is ervan overtuigd dat de steden anno 2013 sportvoorzieningen nodig hebben midden in de stad; om een gezonde en hechte gemeenschap te vormen en oplossingen voor braakligging te vinden. De tijdelijke sportvoorzieningen die hier aan bod komen zijn hiervan enkele voorbeelden. De selectie van tijdelijke sportvoorzieningen hebben een aantal gemeenschappelijke kenmerken dat ze; flexibel, opvallend, duurzaam en herbruikbaar zijn. Ondanks dat enkele concepten ook geschikt zijn voor andere gelegenheden en functies, heeft het verbinden

van sport en de stad prioriteit; een uitstekend middel om de kansen van nu te benutten.

Urban Carpet: Flexibele ondergrond maakt sporten overal mogelijk

Op braakliggende terreinen is de ondergrond vaak ongelijk en niet geschikt om sportvoorzieningen een plek te geven. Dan biedt het Urban Carpet uitkomst. Deze vloerdelen egaliseren namelijk de ondergrond en bieden diverse doelgroepen en sporten de ruimte. Er is bijvoorbeeld keuze uit rubberen delen of kunstgras. Voordeel van dit concept is dat de panelen op een andere locatie kunnen worden hergebruikt.

Temp. Box: Verplaatsbare kiosk voor diverse doeleinden

Deze tijdelijke voorziening betreft een flexibele en uitklapbare unit die multifunctioneel in gebruik is. Naast het bieden aan speelgelegenheid voorziet deze voorziening in de behoeften van andere doelgroepen, doordat de Parasite Box bijvoorbeeld geschikt is als bioscoop. Het idee achter deze Box is dat deze gedurende een maand of een seizoen op een locatie wordt geplaatst en dat hiermee verschillende programma's in overleg met de buurt kunnen worden uitgetest.



Urban Stage: Sportief podium voor alle leeftijden

Dit concept bestaat uit verschillende delen die samen een zelf in te richten sport- en speelplein vormen. Diverse sporten behoren tot de mogelijkheden en hierdoor wordt een breed publiek bediend. Op de achterzijde van de wand is ruimte voor sponsoring.

Klimpand: Klimvoorziening op ongebruikte gevel

Het gebied rondom de Amsterdam Arena, kampt met leegstand van kantoorgebouwen. De gevel van één van de leegstaande kantoor gebouwen wordt uitgerust als 70 meter hoge klimmuur. Klimmers kunnen van buitenaf het gebouw betreden om op verschillende verdiepingen uit te rusten.

Zo krijgt het kantoorgebouw een nieuw leven en wordt de leisure-functie van dit deel van Amsterdam versterkt.

Sporten aan de Zuidas

Om in de behoeften van een monofunctionele kantoorbuurt te voorzien, is dit concept ontstaan. Het is een mooi voorbeeld om te laten zien hoe een grasveld of leegstaand terrein, na relatief geringe investeringen, gebruikt kan worden als sportvoorziening voor de buurt. Voornamelijk bedrijven in de directe omgeving van een dergelijk gebied kunnen zich aan dit project verbinden.



E&Y sportstrip: Multinational realiseert tennisbaan op braakliggend terrein

Ondanks dat de opstelling van dit concept redelijk permanent is, is het waardevol te zien hoe ondernemers bij kunnen dragen aan de sportvoorzieningen van hun werknemers en zo een kwaliteitsimpuls kunnen geven aan hun directe omgeving. Op deze manier kunnen ondernemers zich koppelen aan dergelijke projecten en voor braakliggende terreinen nabij hun kantoor of elders in de stad een creatieve invulling hanteren.

Koningsspelen

Op een braakliggend terrein langs de Overschiestraat, waar eens woningen stonden, heeft temp een pop-up park uitgezet.

Twee scholen, die gescheiden zijn door het vacante terrein, werden voor één dag verbonden via een lang oranje pad dat dwars over het veld liep. Halverwege het pad waren met oranje linten twaalf sportvelden gecreëerd. In dit 'sporthart' stond een groot opblaasbaar springkussen en konden ouders vanaf oranje 'loungeplekken' gemaakt van pallets hun kinderen aanmoedigen.

De Koningsspelen werden georganiseerd in aanloop naar de troonwisseling. Als het aan mede-organisator Richard Krajicek ligt, wordt het sportevenement elk jaar gehouden. Amsterdam heeft dit als eerste gemeente toegezegd.

IN SPELEN OP VERANDERINGEN

Traditionele architectuur lijkt niet meer in staat om het tempo waarmee de maatschappij verandert bij te benen. Ontwerp en productie van tijdelijke bouwsels zal daarom een steeds volwassenere bedrijfstak worden.







NEDERLANDSE KNOW-HOW

Er is al veel ervaring met tijdelijke bouwsels, zoals de 'Hospitality Village' door het bedrijf Neptunus tijdens de Spelen in Londen. Het zijn vooral de Nederlanders die op dit terrein grote know-how hebben.



TIJDELIJKE STRUCTUREN

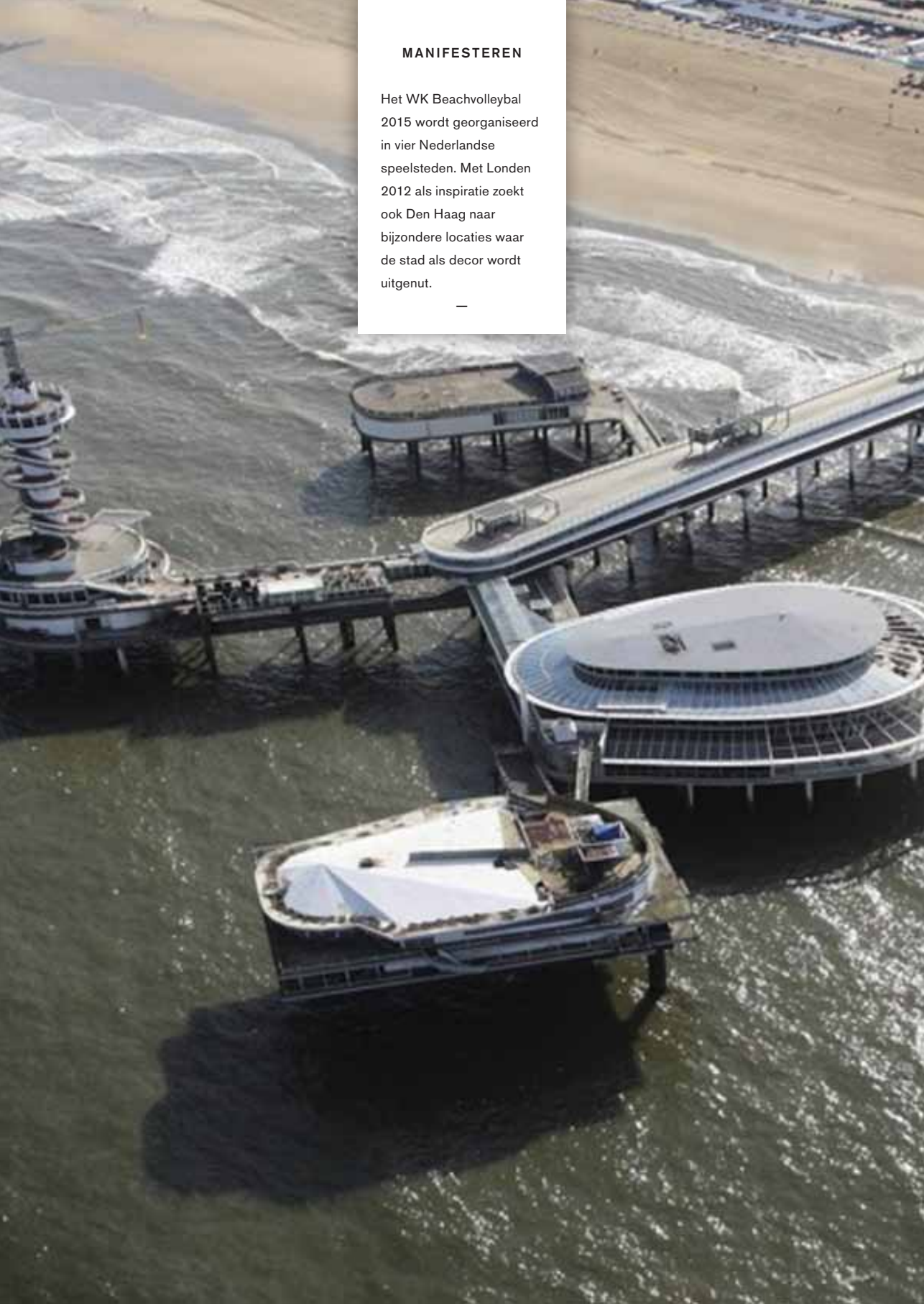
Het architectenbureau
temp.architecture maakte
het voorstel voor een
tijdelijke uitbreidingen op
het Olympisch Stadion in
Amsterdam.





MANIFESTEREN

Het WK Beachvolleybal 2015 wordt georganiseerd in vier Nederlandse speelsteden. Met Londen 2012 als inspiratie zoekt ook Den Haag naar bijzondere locaties waar de stad als decor wordt uitgenut.

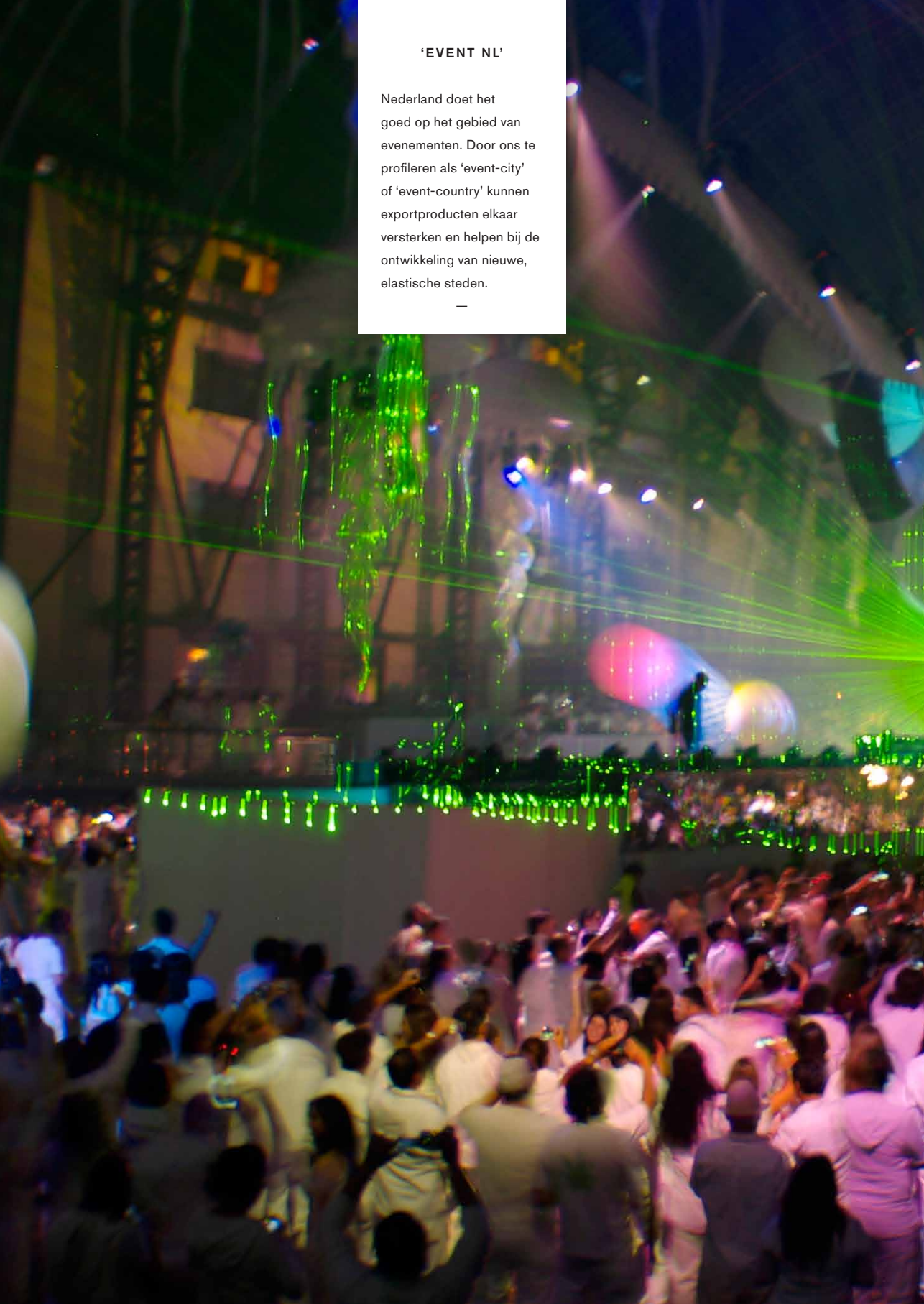




'EVENT NL'

Nederland doet het goed op het gebied van evenementen. Door ons te profileren als 'event-city' of 'event-country' kunnen exportproducten elkaar versterken en helpen bij de ontwikkeling van nieuwe, elastische steden.

—





HET BELANG VAN
**SOCIALE
TECHNO-
LOGIE**

Sociale technologie' is het vermogen om samen te werken en samen te organiseren. Als vanouds zijn Nederlanders daar, gedwongen door het water, goed in.

Één van de eerste dingen die Craig McLatchey, secretaris generaal van de Sydney Games en maker van Rio's winnende bid, opmerkte toen hij gevraagd werd mee te werken aan de Olympische Hoofdstructuur was: "ik ben zeer geïnteresseerd in Nederlands' sociale technologie".

Een krachtig verenigingsleven, het poldermodel, de commissie Elverding bij grote projecten, het zijn allemaal voorbeelden van werkende 'sociale technologie'. Die 'sociale technologie' maakt het mogelijk om maatschappelijke uitdagingen vanuit de breedte aan te pakken; integraal, intersectoraal, en met een brede betrokkenheid van alle stakeholders. Internationaal wordt zo'n aanpak vaak 'The Dutch Approach' genoemd.

Bij de recente watermissie van de Minister van Infrastructuur en Milieu naar New York, waar Nederlanders in het kader van een afspraak tussen de Nederlandse en Amerikaanse overheden over de post orkaan Sandy reconstructie, kwam die 'Dutch Approach' uitgebreid aan bod. Enerzijds in de vorm van samenwerking tussen overheden, kennisinstituten, en de ontwerpers en ingenieurs uit het bedrijfsleven, en anderzijds in de wijze waarop er met de bevolking gewerkt werd aan oplossingen. "Dat duurt in aanvang langer", zo werd gesteld, "maar aan het eind versnellen processen zich daardoor, omdat er geen maatschappelijke weerstand meer is en bestemmingsplannen daardoor een duidelijke rechtsgrond hebben. Over 'Ruimte voor de Rivier', bijvoorbeeld,

hebben we vijftien jaar gesproken, maar de realisatie gaat nu, in drie jaar, als een speer." Die sterke 'sociale technologie' lag ook ten grondslag aan het Olympisch Plan 2028. Eventuele Spelen moesten vanuit de maatschappij, vanuit bijvoorbeeld het verenigingsleven en vanuit maatschappelijke allianties, gestalte krijgen. Een van de redenen om zo vroeg met een Olympisch Plan te beginnen, was om, net als bij Ruimte voor de Rivier, de tijd te hebben om eerst gezamenlijk te verkennen wat we er mee willen en kunnen.

Die Spelen van onderaf passen bij Nederland, zo dacht ook McLatchey. En hebben al een voorloper: ook in 1928 werden de Olympische Spelen in Amsterdam geheel vanuit bevolking en bedrijfsleven georganiseerd.

**IN DE WERELD VAN DE
RUIMTELIJKE ONTWIKKELING
IS DIE 'SOCIALE TECHNOLOGIE'
STEEDS BELANGRIJKER AAN
HET WORDEN. DE OVERHEID
TREEDT TERUG.**

ER WORDT AFSTAND GENOMEN VAN DE 'BLAUWDRIK'. MAATSCHAPPELIJKE KAPITAAL MOET AANGEBOORD WORDEN. 'SLIMME STEDEN' BESTAAN UIT 'SLIMME MENSEN', DIE ZICH SAMEN ORGANISEREN EN SAMEN STAD MAKEN.

Digitale technologie is een middel om mensen nadrukkelijker bij de stedelijke ontwikkeling te betrekken. Op de watermissie naar New York was bijvoorbeeld het bedrijf Tygron mee. Tygron ontwikkelt zogenaamde 'serious games', bijvoorbeeld bij het Deltaprogramma of over de waterproblematiek op de campus van de TU Delft en op Rotterdam Zuid.

Serious gaming-technologie' wordt ontwikkeld en ingezet om coalities beter te laten functioneren (dan is serious gaming een zogenaamd 'co-creatie instrument') en om de ruimtelijke inpassingspuzzels in Nederland inzichtelijk en bespreekbaar te maken (serious gaming als 'leer- en communicatie-instrument').

Binnen het Olympisch Plan 2028 is veel nagedacht over de wijze waarop digitale technologie, 'gaming' en media ingezet kunnen worden om dit soort planprocessen te faciliteren en zo bij te dragen aan de 'orgware' – het maatschappelijk vermogen om tot zaken te komen – om sport in de stad een plek te geven, en om nieuwe mogelijkheden voor de invulling grote evenementen, inclusief Spelen, te ontdekken en te ontwikkelen.

In de Olympische Hoofdstructuur werd daarbij het begrip 'Agency' geformuleerd: omdat we niet weten hoe de toekomst van de Spelen 2028 eruit zal zien, moeten we speculeren over de wijze waarop Nederland de Spelen kan helpen veranderen, en de Spelen Nederland helpen veranderen.

Tijdens het denken over OP2028 ontstonden er daarom tal van voorstellen die, speculerend op het gebruik van nieuwe technologie, de Spelen, en de weg er naar toe, beter te laten passen bij een klein land als Nederland, een land met een actieve en geëngageerde bevolking.

Een van de voorbeelden is het uitgaan van 'peer-to-peer' netwerken. Peerby is een klein Nederlands bedrijf die het door middel van digitale technologie mogelijk maakt spullen te lenen van mensen in de buurt. Door mensen in contact te brengen en te laten delen proberen ze een alternatief te bieden voor de wegwerpcultuur. Zo'n concept biedt veel mogelijkheden om tijdens (de voorbereiding van) evenementen vrijwilligers en verenigingen in te zetten maar ook om bestaand materiaal en bestaande gebouwen doelmatig in te zetten. Via 'peer-to-peer' netwerken, zo was de gedachte, hoeven er bijvoorbeeld minder nieuwe hotels gebouwd te worden en kunnen gasten gewoon bij mensen thuis slapen.

Een ander voorbeeld vanuit de Olympische Hoofdstructuur is het gebruik van nieuwe media. Met het verminderen van de populariteit van de televisie kantelt namelijk het verdienmodel van het IOC. Nieuwe media, zowel hardware als programmering, maken zowel een individuelere als een nieuwe collectieve beleving van het evenement mogelijk. Daarin zit niet alleen een uitdaging voor mediabedrijven, het heeft ook zijn weerslag op de omgeving.

STEEDS VAKER ZIJN DE STADIONS NIET DE ENIGE PLEKKEN VAN SAMENKOMST. GROTE HALLEN (RAI), OPENBARE GEBOUWEN (THEATER CARRÉ) EN STEDELIJKE PLEINEN (MUSEUMPLEIN) VORMEN DE ONTMOETINGSPLAATS VOOR TIJDELIJKE FAN ZONES. OOK INTERNATIONAAL ZIJN PLEKKEN TE MAKEN WAAR GROTE GROEPEN MENSEN HET EVENEMENT MEEVIEREN. DE STADIONS ZELF KUNNEN DAN MOGELIJK KLEINER EN EEN ANDER KARAKTER KRIJGEN.

“Zou het niet fantastisch zijn”, zo werd gesteld, “als de sporters kunnen voelen hoeveel mensen er via nieuwe media met het evenement verbonden zijn. Geen koude rillingen van 75.000 mensen, maar van 750 miljoen.”

Media maken ook in een vroeger stadium betrokkenheid groter. Tijdens het werken aan OP2028 werd er daarom gesuggereerd om Eyeworks of John de Mol TV-formats te laten ontwikkelen waarmee het Olympisch Plan

samen met deelnemers en kijkers ingevuld en uitgewerkt kan worden.

Ook worden er steeds meer Apps ontwikkeld om mensen op hun omgeving te betrekken. Veel van die Apps komen uit Nederland: de Metropoolregio Amsterdam is een hotspot voor bedrijven die actief zijn in de wereldwijde game-industrie. Bedrijven zoals Guerrilla Games, GREE, DeNa en Perfect World hebben hun kantoor in Amsterdam gevestigd. Naar verwachting zal de Nederlandse Spelletjes markt voor 2013 een waarde bereiken van €805 miljoen. Het is voor de hand liggend om een link te leggen tussen deze industrie en onze sociale omgang met elkaar; interactie en spel zijn een belangrijk element van beiden.

Een mooi voorbeeld is de participatie App ‘Give a Minute’. Deze probeert een nieuw soort publieke dialoog mogelijk te maken en stelt mensen in staat om een verbinding te leggen met anderen vooruitstrevende mensen binnen de gemeenschap om zo ideeën te realiseren en de stad een nog betere plek te maken. “It only takes a minute to think about improving your city, but your ideas can make a world of difference”.

Het inzetten van Apps bij de sport en de stad en deze te ontwikkelen als internationale showcase voor Nederlandse media- en gaming industrie, (stadion)architectuur en ruimtelijke ordening in relatie tot sport en bewegen, kan de opmaat vormen voor een breder denken over de rol van media en ‘games’, ook voor entertainment- en engagementgames, bij de stad.



FLORIAN WITSENBURG

DIRECTEUR TYGRON

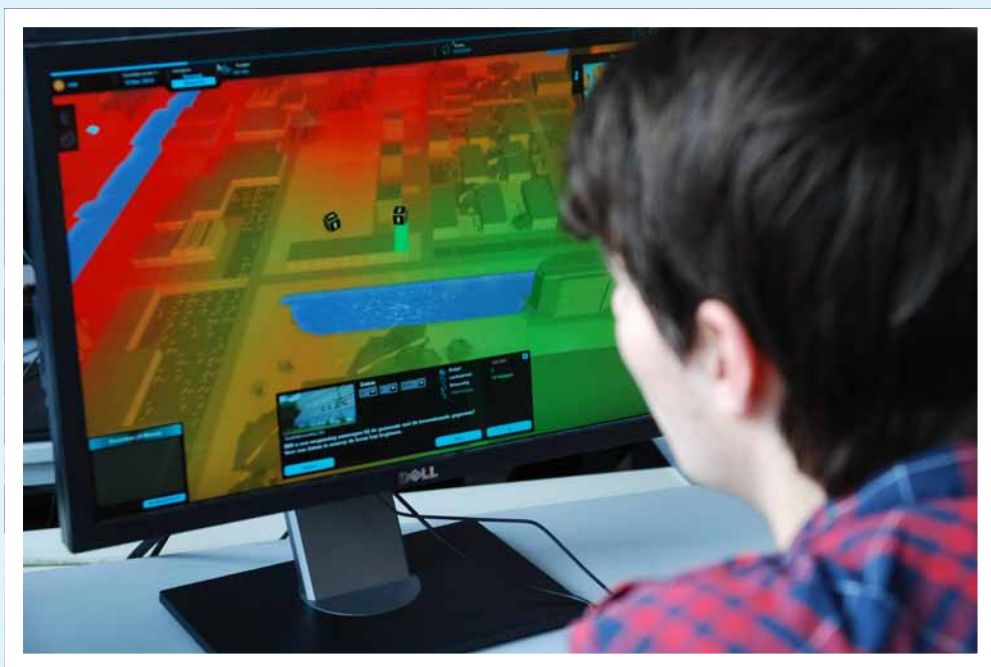
“Je zou kunnen zeggen: Wij proberen het poldermodel in technologie te vangen”.

www.tyrgron.nl

Het spelen van een 'serious game' met allerlei stakeholders is maar een klein onderdeel van wat belangrijk is. Het voorbereiden en ontwikkelen van een 'serious game' is een proces op zich. "Hoe komen we aan de data? Kunnen we data uit verschillende bronnen aan elkaar koppelen? Kunnen we beschikbare 'open source' data inzichtelijk maken?" Zonder goede en transparante data, immers, loopt iedere onderhandeling of ieder gesprek al bij voorbaat vast.

Een tweede belangrijke aspect, en daar besteden we veel aandacht aan, zijn de spelregels. In de voorbereiding van een 'serious game' komen de verschillende spelers of actoren al bij elkaar om samen de spelregels te bespreken. "Hoe houdt x verband met y? Als er z gebeurt, hoe gedraagt men zich dan?"

Het tot overeenstemming komen over de te gebruiken data en spelregels is essentieel. In dat proces bespreken partijen elkaars uitgangspunten (je zou zelfs kunnen zeggen: wereldbeeld) en gedrag en leren ze al met elkaar om te gaan. Het spelen van de 'serious game' zelf is dan slechts een kers op de taart. In een vaak groter gezelschap wordt er spelenderwijs onderhandeld en worden de gevolgen van bepaalde besluiten voor de stad zichtbaar gemaakt. We hebben software die de plannen direct doorrekent (met erkende rekenmodellen op het gebied van onder andere wateroverlast, woningbouw, economie, bereikbaarheid en leefbaarheid) en inzichtelijk maakt, in state-of-the-art 3D game technologie.



Hoewel de technologie voor ons heel belangrijk is, en we als bedrijf ook steeds innovatiever worden in het ontwikkelen van onze eigen programmatuur, moet het doel nooit uit het oog verloren worden. ‘Smart Cities’, zo zegt Martijn de Waal van The Mobile City, een expert op dit gebied, moeten vooral ook ‘Social Cities’ zijn. Ik ben het daar volledig mee eens. Tygron zet technologie in om die brug tussen ‘smart’ en ‘social’ te slaan.

Als plannen worden gedragen door de belangrijkste stakeholders kan men eerder naar de uitvoering van grote projecten gaan. Hiermee bespaart men heel veel tijd, geld en conflicten.

Ik heb in het afgelopen jaar regelmatig nagedacht over de inzet van ‘serious gaming’ bij de voorbereiding van grote evenementen. Ik denk dat het daar van groot belang kan zijn:

bestaande bewoners en de organisatoren van evenementen zitten elkaar soms best wel in de weg. ‘Serious gaming’ kan behulpzaam zijn om potentiële conflicten bespreekbaar te maken en oplossingsrichtingen te schetsen. In die zin is een groot evenement goed vergelijkbaar qua complexiteit als bijvoorbeeld de omgang met de gevolgen van een ramp, zoals met de orkaan in New York hebben kunnen zien.

Internationaal wordt er inmiddels behoorlijk aan ons getrokken. We krijgen vragen vanuit de hele wereld. We gaan daar nu voorzichtig mee om: polderen betekent namelijk ook een grote kennis van de omgeving waarin je opereert. Nu werken we buiten Nederland vooral in de Verenigde Staten en in Zuid-Afrika. Dat laatste land ontwikkelt zich snel: we helpen nu vooral grote gemeenten met ‘capacity building’.



MARKETING IS URBANISM



Door de groeiende mondiale populariteit van de 'stad' als vestigingsplek en als studieobject zijn ook allerlei merken bezig om de stad te ontdekken als platform voor het uiten van hun boodschap. Dit gebeurt op verschillende manieren. Soms heel plat en 'straight in your face', zoals bij billboards en posters inabri's, maar in toenemende mate ook via het onderwerp stad zelf.

www.golfstromen.nl

De stad waaraan wordt gewerkt, waarin verbeteringen worden aangebracht en waar de toekomst zich afspeelt is steeds 'sexier' voor merken om zich mee te affichereren. Daarmee samenhangend ontstaat een nieuwe potentiële financieringsstroom voor de stad die in Nederland nog onvoldoende op waarde wordt geschat: gesponsorde planologie.

De afgelopen decennia is er een trend gaande waarin bedrijven zich in hun communicatie focussen op het maatschappelijke verantwoord ondernemen. Deze trend breidt zich nu ook uit naar de stad.

Een jaar geleden schreef Golfstromen in het blog-artikel 'Brands Love Future Cities', over de trend dat grote mondiale merken het denken over en werken aan de stad gebruiken om hun nieuwe producten onder de aandacht te brengen en en passant aan hun algemene populariteit te werken. Of het nu gaat om technologiebedrijven zoals IBM, Philips, Cisco en Siemens, of om autobedrijven zoals BMW, Audi en Smart, allemaal proberen ze zich te affichereren met de stedelijke opgave. De stad als toekomstige opgave is nog nooit zo populair geweest.

De interesse van merken in de stad leidt niet alleen tot reizende exposities, studiegroepen en aan merken gerelateerde 'urban future labs', maar ook daadwerkelijk tot fysieke inbreng van de grote multinationals in de alledaagse stad. Enerzijds wordt dit gezien als een negatieve ontwikkeling die onherroepelijk leidt tot de discussie over eigenaarschap van de stad en de openbare ruimte. Moet die stad en openbare ruimte wel "in de uitverkoop"? Aan de andere kant ontstaan er ook interessante kansen voor een vorm van stadsontwikkeling waarbij nieuwe partijen bereid zijn de portemonnee te trekken ten behoeve van de stedelijke omgeving.

Hierbij wordt door deze bedrijven niet langer schaamteloos een boodschap in de ruimte geprogrammeerd, maar integreren ze hun boodschap in het stedelijk beleid. Private partners willen daarmee hun engagement en toewijding rondom de opgave tonen en vanuit daar een langetermijnrelatie met de stadsbewoner aangaan.

Wat is 'Marketing is Urbanism'?

'Marketing is Urbanism' is onze term voor een type stedelijke ontwikkeling waarbij merken en steden in symbiose gezamenlijk projecten ontwikkelen. Het merk is bereid geld te besteden aan een stedelijke opgave in ruil voor het geafficheerd worden met die opgave en de oplossing. Merken hoeven in dat geval niet met logo's of 'artwork' in beeld, maar zijn bescheiden op de achtergrond aanwezig. Ze affichereren zich met de lange-termijn-oplossing voor een stedelijke opgave. De betreffende opgave past het merk en past bij 'corporate value', 'corporate identity' of product dat het bedrijf aanbiedt. Het initiatief tot een dergelijke samenwerking kan zowel van het bedrijf komen als van de overheid, al gebeurt dit laatste in Nederland (nog) niet.

Er zijn veel voorbeelden van 'Marketing is Urbanism', waarbij de rol en het type investering elke keer op maat gemaakt zijn. Deze selectie laat een uitgekiende relatie zien tussen stedelijke opgaven enerzijds en communicatiebehoefte van het bedrijven anderzijds.

Fietssnelwegen

Een goed voorbeeld van deze strategie is het plan voor aanleg van fietsinfrastructuur in Londen.

Zakenbank Barclays, die ook het 'bike-sharing'-programma sponsort, legt samen met Transport for London (TfL)

twalf lange-afstandsfietspaden aan die de buitenwijken verbinden met het centrum van de Britse hoofdstad. Deze zogenaamde Barclays Cycle Super Highways zijn bedoeld om veilig, snel en comfortabel fietsverkeer richting het centrum van Londen mogelijk te maken en op die manier stedelingen te stimuleren de fiets naar het werk te nemen. Zo heeft de stad Londen, met een sponsorovereenkomst ter waarde van 50 miljoen Britse pond, een infrastructuur aan kunnen leggen die het anders zelf had moeten betalen of niet had aangelegd.

Charleroi

Toen de Belgische Stad Charleroi in 2010 werd verkozen tot lelijkste stad ter wereld is het Nederlandse chemieconcern Akzo Nobel daar op ingesprongen door Charleroi een verfbeurt aan te bieden. Akzo Nobel associeert zich zodoende met de opknapbeurt van de grauwe industriestad door middel van het verven (hun product). Voor het Couleurs Carolo-project werkte Akzo Nobel samen met de plaatselijke bevolking. Lokale bewoners voerden de werkzaamheden uit en konden bepalen welke gebouwen geverfd moesten worden en op welke manier. Akzo Nobel stelde de verf ter beschikking. Dit heeft geleid tot een opfleuring van de stad die ook nog eens op een 'bottom-up'-manier tot stand is gekomen.

Soweto

Ook Nike doet zijn best om via de boodschap sport, gezondheid en lokale ontwikkeling haar merk op een verantwoorde wijze wereldwijd te promoten. Rondom het wereldkampioenschap voetbal in 2010 in Zuid-Afrika heeft het sportmerk een grootschalige voetbalschool opgezet in Soweto, één van de omvangrijkste 'townships' van Johannesburg. Het Football Training Centre heeft als doel om de plaatselijke jeugd, met het WK als katalysator op de

achtergrond, een betere toekomst te bieden via sport. Voor Nike is het centrum van voetbal in Zuid-Afrika een belangrijk publiciteitsproject geweest rondom het WK in 2010. Maar Nike heeft zich ook op lange termijn verbonden aan het centrum. Personeel van Nike is blijvend actief om de jeugd te begeleiden in technisch en tactisch opzicht. Daarmee vormt Soweto een investering in de gemeenschap die anders onmogelijk was geweest; een passende samenwerking tussen een wereldmerk en een lokale gemeenschap.

Nachtbussen in Gent

Een merkinvestering in de stad hoeft niet perse fysiek te zijn: ook delen van het 'takenpakket' van de stad kunnen worden overgenomen door een merk als de stad er niet langer geld aan wil uitgeven. In Gent moest de lokale vervoerder De Lijn als gevolg van bezuinigingen stoppen met het aanbieden van de nachtdienstregeling. De stad vindt openbaar vervoer in de nacht echter wel erg belangrijk en heeft besloten om een samenwerking met bierbrouwerij De Koninck aan te gaan. De Koninck financiert nu het grootste deel van de kosten van de nachtdienstregeling. Dit ondersteunt op een belangrijke manier het culturele stedelijke leven in studentenstad Gent. Zowel de dienstregeling als de prijs van de buskaartjes zijn ongewijzigd gebleven. Het enige dat is veranderd is het uiterlijk van de bus. De Koninck wil met deze actie zijn sociale verantwoordelijkheid nemen en een goed alternatief te bieden voor het beschonken autorijden.

Metrostations in Dubai

Een laatste voorbeeld komt uit Dubai. Hier is niet het merk dat met een propositie is gekomen voor een campagne of samenwerking, maar de overheid die geld wil losmaken voor een grote infrastructurele investering. Bij het aanleggen van een nieuwe metrolijn heeft de stad Dubai besloten een veiling te organiseren

waarbij de namen van de verschillende stations per opbod werden verkocht. Dit heeft tot grote belangstelling geleid bij bedrijven, die allemaal bereid zijn geld uit te geven aan een plek in geografische plaatsaanduiding en collectief taalgebruik in de stad. De naam van een metrostation zit vaak diep in het geheugen van de bewoners van een stad. Het resultaat van de veiling is dat Dubai een metrosysteem heeft met stationsnamen zoals First Gulf Bank Station, Palm Deira en Emirates. Met de veiling heeft de lokale overheid 10 procent van de totale aanlegkosten van de metrolijn kunnen dekken.

Kansen in Nederland

Dat deze nieuwe manier van werken juist nu opkomt wordt voor een groot deel verklaard vanuit zowel gebrek aan middelen bij publieke

instanties in een groot deel van de Westerse wereld als door de opkomst van nieuwe mediavormen als blogs, Facebook en Twitter. Op deze kanalen wordt aandacht besteed aan dergelijke acties, waardoor de reikwijdte van de promotie voor het merk groter is dan alleen de directe ruimtelijke omgeving: ook mondiaal kan een project viraal opgepikt worden. Een stad is daarmee niet langer alleen een lokaal canvas dat mensen in de fysieke omgeving aanspreekt, maar ook een globale plek voor promotie. Deze verandering maakt het voor bedrijven extra interessant om voor deze methode van promotie te kiezen.

In Angelsaksische landen heerst er een grotere traditie van private bijdragen aan publieke zaken. Daarom komen een groot aantal van de voorbeelden uit deze landen.

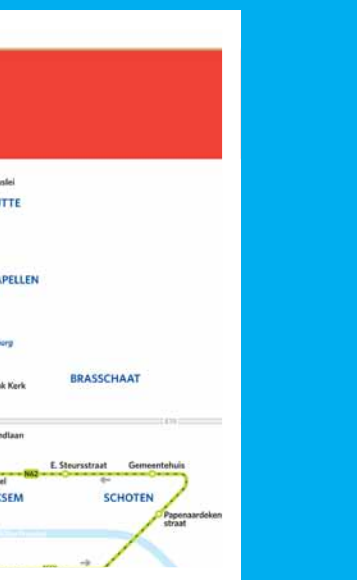




Toch zien we met de voorbeelden van Akzo Nobel en De Koninck dat dergelijke initiatieven ook de Lage Landen bereiken. Bij de Nederlandse beleidsmakers op lokale schaal heerst over het algemeen nog koudwatervrees voor deze vorm van co-financieren van de stedelijke omgeving. Enerzijds komt dit vanwege de onbekendheid met het fenomeen, anderzijds speelt een negatieve associatie met de begrippen marketing, merken en branding daarbij een belangrijke rol. Het opgeven van volledige autonomie van de overheid in het openbaar gebied wordt automatisch vaak als onwenselijk gezien. Toch is

er op zich veel voor te zeggen om de publieke sector te laten bepalen wat er in het publieke domein gebeurt en te zien en te beleven is.

Extern meebepalende geldstromen vormen al jaren onderdeel van het stedelijk beleid. Binnen het kader van de zogenaamde Publiek Private Samenwerkingen (PPS) in gebiedsontwikkelingen verwerven banken, bouwbedrijven en projectontwikkelaars in ruil voor investeringscapaciteit ook zeggenschap over de publieke ruimte. Daarnaast is er ook in termen van stedelijk adverteren een belangrijke geldstroom richting de publieke sector. Er zijn

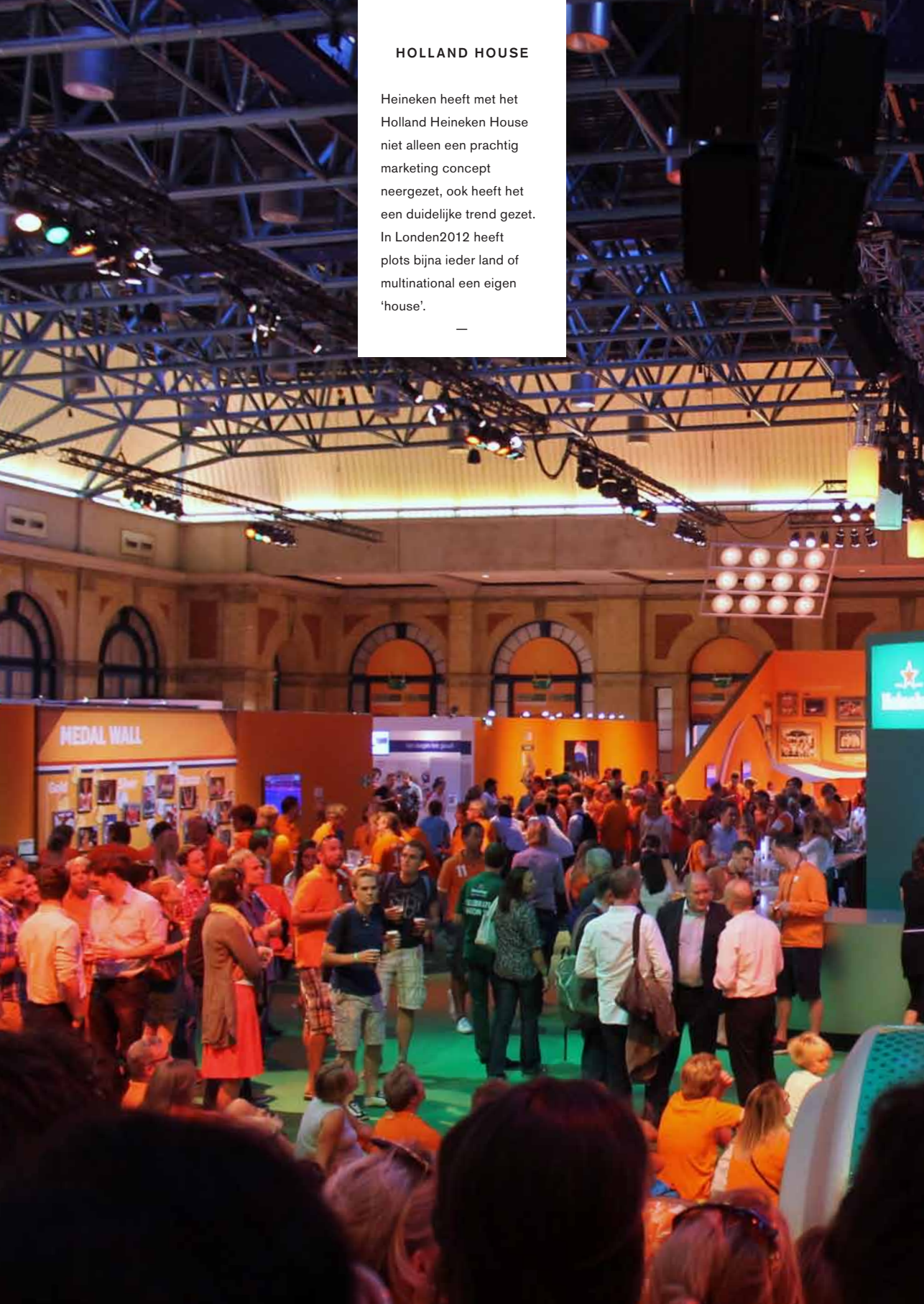


de ondernemen (MVO) in Nederland. Er zijn er, en het is goed mogelijk om te rekenen welke mediawaarde de media opzicht heeft. Echter is er momenteel nog een lacune in de markt in het op een creatieve en strategische wijze bij elkaar brengen van deze partijen. Daar ligt een opgave voor de media. Zeker rondom thema als sport en grote evenementen liggen de kansen voor de media gebied open. De vervolgvraag is of dit in Nederland nog lastig wordt gevonden.

nationaal is ook voor Nederland
n worden.

HOLLAND HOUSE

Heineken heeft met het Holland Heineken House niet alleen een prachtig marketing concept neergezet, ook heeft het een duidelijke trend gezet. In Londen 2012 heeft plots bijna ieder land of multinational een eigen 'house'.





SAMEN GROOTS

Wie nog van mening is dat het bloemencorso oubollig en ouderwets is, gaat voorbij aan het succes van een krachtig verenigingsleven. Foto's van het corso zijn trending topic bij grote digitale kranten met een maandelijks bereik van meer dan 100 miljoen bezoekers.





ROOTS

Het inspelen op gebeurtenissen en het gezamenlijk organiseren van evenementen, zoals een inhuldigingsfeest, maken de diepgewortelde Nederlandse sociale technologie tastbaar.





**NIEUW
MAATSCHAPPELIJK
VERMOGEN**

Digitale technologie is een middel dat bijdraagt aan het maatschappelijk vermogen om tot zaken te komen, om sport in de stad een plek te geven, en om nieuwe mogelijkheden voor de invulling grote evenementen te ontdekken en te ontwikkelen.





An abstract graphic featuring several overlapping, rounded, leaf-like shapes in various shades of green and yellow. The shapes are arranged in a way that they appear to be part of a larger, organic structure. The background is a light gray.

DUURZAAM:
**GROENE SPORT-
EVENEMENTEN
&
- FACILITEITEN**

Ook het IOC wendt haar invloed aan om duurzaamheid prominent op de agenda te zetten. Een analyse van de richtlijnen voor de toewijzing van Spelen laat zien dat het niet eens meer een 'bonus' is, waarmee hoger gescoord kan worden, het is simpelweg een 'knock-out' criterium.

In het voorjaar van 2013 organiseren de UvA en de HVA samen de seminarreeks 'Kracht van Sport'. Deze vindt plaats op een bijzondere locatie: de Amsterdamse raadszaal. Onder voorzitterschap van Humberto Tan beschrijven prominente hoogleraren elk op een ander terrein (zoals bijvoorbeeld economie, emancipatie, vernieuwing, gezondheid) de 'kracht van sport'. Een van die plekken waar de kracht van sport zeker zichtbaar is, is duurzaamheid.

Het bedrijf Uncharted Play, opgericht door een aantal studenten van Harvard University, ontwikkelde de Sockett, een voetbal die energie kan opslaan. Na een uurtje voetballen, geeft hij een avond led-licht. Handig voor ontwikkelingslanden, waar vaak alleen maar kerosinelampen zijn. Via Kickstarter is het bedrijf nu bezig massaproductie te financieren. De orderportefeuille is al vol. Deze voetbal mag dan weliswaar niet zo handig zijn (hij is veel minder kostenefficiënt dan een knijpkat of een dynamo), hij toont, net als bijvoorbeeld de energieopwekkende dansvloer, wel aan hoe sport en spel een goed vehikel zijn voor andere ambities.

Het IOC, bijvoorbeeld, organiseert ook prijzen voor 'groene' sportfaciliteiten en sportevenementen, de 'Sport and the Environment Awards'. In Nederland werd in 2011 de Zevenheuvelenloop door de bonden voorgedragen voor zo'n award.

De Zevenheuvelenloop wordt sinds 1984 jaarlijks in november georganiseerd in de omgeving van Nijmegen. Iedere editie leggen meer dan 30.000 lopers het 15-kilometer lange parcours af. Bij de organisatie wordt speciaal gelet op verschillende aspecten van duurzaamheid, zoals de beperking van afval en een zuinig gebruik van energie. De stichting streeft ernaar van de Zevenheuvelenloop een klimaatneutraal evenement te maken.

DEZE AANDACHT VOOR DUURZAAMHEID HEEFT ERTOE GELEID DAT BIJ VEEL VAN DE GROTE EVENEMENTEN DUURZAAMHEID INDERDAAD EEN GROTE ROL SPEELT, EN VAAK LEIDT TOT TECHNOLOGISCHE INNOVATIE.

In zijn blog over de voorbereiding van de Spelen in Londen beschrijft de coördinator kennis van NOC-NSF, Herbert Wolff, een aantal van de duurzaamheidsmaatregelen die daar zijn getroffen: een Olympisch stadion met een klein oppervlakte en veel te recyclen materialen, koeling van de Velodrome door luchtcirculatie onder gebruik van elektriciteit, hergebruik van het water van het Aquatic Centre in de toiletten,

opleidingstrajecten voor jongeren uit de omgeving, afvalscheiding, en natuurlijk de veel tijdelijke, her te gebruiken accommodaties.

En bij het te houden WK Voetbal in Qatar wordt er bij dat hergebruik (de stadions gaan inmiddels naar Afrika) een stapje bovenop gedaan. Alle stadions, zo wordt beloofd, zijn ondanks het feit dat ze airconditioning zullen krijgen (het is er 45 graden in de zomer) carbon-neutraal.

HET IS DAAROM OOK DAT VEEL ADVISEURS EN BOUWERS VAN SPORTACCOMMODATIES VEEL AANDACHT BESTEDEN AAN DE 'GROENE SPORT': OOK HIER GELDT DAT DE 'KRACHT VAN SPORT' GEBRUIKT WORDT OM INNOVATIE TE STIMULEREN.

Ook op lokaal niveau wordt er hard gewerkt aan duurzaamheid. NOC*NSF en bouwer Heijmans ontwikkelden een scorekaart die voor sportverenigingen en gemeenten inzicht biedt in de duurzaamheid van hun accommodaties. Op basis van de daar verkregen biedt de Gemeente Rotterdam extra subsidie aan om de eerste 10 sportverenigingen sterk te verduurzamen, door bijvoorbeeld zonnepanelen op de kantine te plaatsen, ander type verlichting te gebruiken, of water te recycleren.

Bedrijven spelen hier op in. LEDexpert, bijvoorbeeld, demonstreert op een aantal typen sportvelden een verlichtingsinstallatie met nieuwe LED-lampen. Hoewel de meeste sportvelden weliswaar uitgerust zijn met relatief energiezuinige lampen, geven deze

in de praktijk continu de maximale verlichtingintensiteit, terwijl dat niet altijd nodig is. Naast energiebesparing levert deze LED-sportveldverlichting minder hinder op voor omwonenden en de natuur.

Voor een aantal grote accommodaties geldt dat duurzaamheid een integraal onderdeel van de totstandkoming is. Zo kan bijvoorbeeld de Jaap Edenbaan bijdragen aan de verwarming van de wijk eromheen en onderzoekt AkzoNobel of de restwarmte die vrijkomt bij de productie van verf te benutten is voor de verwarming van het voetbalstadion van FC Twente. Daarnaast worden energieslurpende zwembaden grootschalig verduurzaamd.

DE MEEST INGRIJPENDE VERBETERINGEN OP HET GEBIED VAN DUURZAAMHEID, ECHTER, ZIJN TE VINDEN IN ASPECTEN ALS HET LEREN VANUIT VAN HET EVENEMENTENDENKEN OM HET BESTAANDE BETER TE GEBRUIKEN EN CIRCULAIRE ECONOMIEËN TE ONTWIKKELEN, OM DAT TE ACCOMMODEREN EN OM DE KRACHT VAN SPORT EN SPEL TE GEBRUIKEN OM OP HET GEBIED VAN GEZONDHEID EN SOCIALE DUURZAAMHEID GROTE STAPPEN TE MAKEN.



HENK MARKERINK

CEO ARENA

“De Amsterdam ArenA was een van de eerste werkelijk multifunctionele voetbalstadions ter wereld. Dat betekende dat we veel zelf uit moesten vinden. Het betekende ook dat we veel ruimte hadden om te oefenen. We hebben het kunstje hier in Amsterdam kunnen leren”.

www.amsterdamarena.nl

Steeds vaker werden we vanuit de hele wereld benaderd met vragen. Daaruit is als vanzelf de consultancy ontstaan: ArenA adviseert nu bijvoorbeeld in Brazilië, Rusland, Qatar, Maar ook Marokko, waar in 2015 de Africa Cup wordt gehouden. Voor ons zijn de toewijzingen van grote voetbaltoernooien een aanleiding om een nieuwe markt te betreden.

In Brazilië begonnen we, met steun van het Ministerie van Economische Zaken, in Recife. Daar maakten we een operationeel plan voor het nieuwe stadion. Bij de toewijzing van het WK en de Spelen hebben we met een Braziliaanse partner een lokale vestiging opgericht: 'ArenA do Brasil'. Nu werken we daar aan drie stadions, vooral op het gebied van operations. We leiden daar ook lokaal de mensen op.

Die 'presence' is cruciaal: internationaal werken is vaak een kwestie van lang volhouden.

We werken op drie gebieden: we adviseren, doen de 'operations' en bieden wat we 'solutions' noemen aan: specifieke producten voor bijvoorbeeld kaartverkoop of veiligheid. Deels ontwikkelen we die zelf, deels betrekken we partners. Zo hebben we recentelijk het Utrechtse softwarebedrijf Incontrol voorgesteld in Rusland. Incontrol heeft software ontwikkeld waarmee ze bezoekersstromen kunnen simuleren. Die gaan we nu toepassen bij het Zenit-stadion in Sint-Petersburg.

Ons bestaansrecht komt echt voort uit duurzaamheidsdenken. Na de voetbaltoernooien in Portugal en Zuid-Afrika zagen we dat de stadions leeg kwamen te staan.



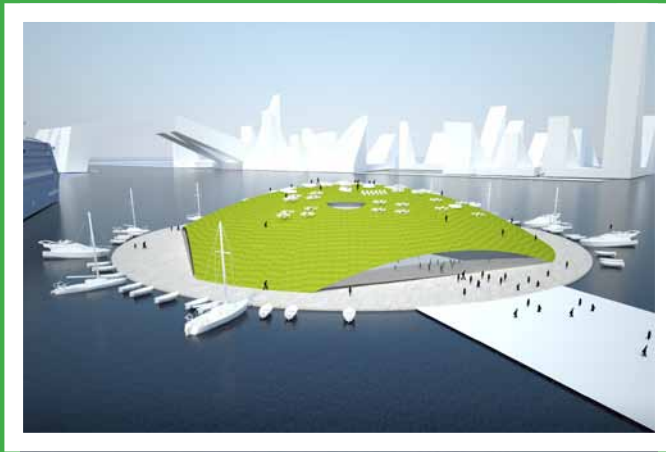


Het waren ‘white elephants’ geworden. Door aan de operationele kant er voor te zorgen dat een stadion functioneler gebruikt kan worden voor sport of andere evenementen, ontstaat er verbetering op elk van de drie P’s van het duurzaamheidsdenken: werkgelegenheid (people), winstgevendheid (profit) en het gebruik van ‘resources’ (planet).

Het denken daarover moet zo vroeg mogelijk beginnen. Door vanuit de operationele kant mee te denken met het ontwerp kan er bijvoorbeeld fors bespaard worden op afval, energie, water en bouwmaterialen.

Wij werken vooral met voetbalstadions. Daarin zijn we goed en hebben we een grote reputatie. Ik merk dat het Olympisch Plan nog te weinig om het lijf had om internationaal echt te imponeren. Daarvoor was het te weinig concreet. Voor de Nederlandse benadering, met de verbinding met de breedtesport en de gemeenschap (zoals bijvoorbeeld bij Ajax Capetown, met al haar jeugdprogramma’s) is er veel sympathie, maar als het er op aankomt is de focus er toch op de top.”

DE NIEUWE OLYMPISCHE SPELEN; HOE NEDERLAND WEL DE SPELEN KAN ORGANISEREN



De kosten van de spelen zijn door de welvaart in het westen zeer hoog, om die reden zijn de spelen van Londen vorig jaar de meest kostbare in de geschiedenis. Bij de bid nog berekenend op £2.4 miljard zijn de uiteindelijke kosten uitgekomen op het tienvoudige zo'n £24 miljard.

www.thefloatinggames.com

Het beperken van de kosten en risico's voor de bevolking spelen een belangrijke rol in het creëren van draagvlak. Ondanks het grote succes van de Spelen in Londen volhard ook de kritiek; waarom heeft de overheid alle kosten op zich moeten nemen en zijn de winsten naar de private ondernemingen gegaan?

Is het mogelijk een alternatief te bedenken voor een public private partnership constructie (PPP) waarin niet de burger opdraait voor tegenvallers die er in de aanloop naar de Spelen optreden? Veel voorbeelden zijn er niet. Los Angeles vormt een uitzondering.

Londen en Los Angeles volgden twee verschillende benaderingen. In het eerste geval zijn de Spelen gebruikt voor grote investeringen in infrastructuur en de ontwikkeling van een nieuw woongebied. Daarnaast was de organisatorische opzet van de Spelen (London Organising Committee of the Olympic and Paralympic Games) voorzien als privé onderneming maar functioneerde in feite als een samenwerking van overheidsinstellingen.

Los Angeles daarentegen benaderde de Spelen als evenement waarin zoveel mogelijk gebruik werd gemaakt van bestaande faciliteiten. Ook de organisatorische opzet van het Los Angeles Olympic Committee was radicaal anders; deze bestond grotendeels uit de zakenwereld. Het genereren van opbrengsten, vooral door sponsoring, was een kerntaak. Het bleek van cruciaal belang voor het succes van de '84 Spelen.

Het plan van 'the Floating Games', een initiatief van KondorWessels Vastgoed en OeverZaaijer, had haar oog laten vallen op die unieke open ruimte waar geen enkel land ter wereld zo rijk aan is: het water. Het plan voorzag een compacte Olympische locatie aan het Amsterdamse IJ, waar de sporters en publiek elkaar echt kunnen ontmoeten, waar de opwindende van de sport en van het toernooi wekenlang tastbaar is. Iets wat de afgelopen jaren bijna onmogelijk bleek tijdens Olympische toernooien.

Nederland heeft een geschiedenis waarin het gebruik van water en het bedwingen er van een belangrijke rol speelt. 'The Floating Games' heeft laten zien dat het water een vormende leidraad in allerlei aspecten voor de Olympische Spelen kan zijn. Flexibele, verplaatsbare gebouwen gebaseerd op nieuwe technieken zijn een antwoord op de dure klassiek opgezette Spelen. Ook het Internationale ondernemerschap zit in de Nederlandse genen; een exploitatiemaatschappij opzetten voor drijvende sportfaciliteiten lijkt een logische keuze.

Het drijvende evenement, gedragen door het bedrijfsleven, stelt onder andere de vraag of het private investerings- en organisatievermogen in Nederland groot genoeg is om één van het grootste evenement in de wereld mogelijk maken. Nu de plannen voor het bid van OS2028 van de baan zijn, welke leringen liggen versleuteld in het plan the Floating Games'?



Maak van de Spelen wat het is; Een evenement, geen vastgoedproject

Benader Spelen als een tijdelijk evenement. Als het gaat om het organiseren van evenementen heeft Nederland immers genoeg ervaring; van Pinkpop, Koningsdag tot dance parties als Sensation en vele andere festivals. Tijdens Sail ontvangt Amsterdam in een weekend meer dan een miljoen bezoekers en duizenden boten in en om het IJ. In lijn met dit soort van gebeurtenissen benadert het plan the Floating Games' de Spelen als een tijdelijk event. Bepaalde onderdelen van de Spelen die een stad verbeteren kunnen op een traditionele wijze worden aangelegd en gefinancierd. Overige onderdelen die minder goed te gebruiken zijn kunnen bijvoorbeeld drijvend worden uitgevoerd. Na de Spelen verhuizen deze onderdelen, bijvoorbeeld de turnzalen, zwembaden en zelfs het

complete Olympische stadion naar verschillende delen van het land of worden opnieuw gebruikt bij sportevenementen in andere delen van de wereld. De vastgoed footprint is daarmee minimaal.

Maak het evenement winstgevend; Beperk de kosten en vooral, vermeerder de opbrengst

Verschuift de aandacht van vastgoed naar exploitatie. Dit betekent niet alleen het beperken van investeringen, het betekent ook al kijken naar vermeerdering van inkomsten door sportfaciliteiten zo goed mogelijk inzetten, nu en in de toekomst, in Nederland en daarbuiten.

Recyclen is daarbij een belangrijk onderdeel. Maar onderdelen kunnen ook worden 'gepre-cycled', bijvoorbeeld door nu al onderdelen

te bouwen die kunnen worden ingezet bij het organiseren van andere (sport)evenementen in Nederland, of welke kunnen worden ingezet tijdens Spelen voorafgaande aan de Spelen van 2028. De efficiency in gebruik wordt zo enorm vergroot waardoor financiering kan worden gebaseerd op exploitatie in plaats van de waarde van een gebouw. Er ontstaat vervolgens de vraag; als er een nieuwe notie ontstaat van wat vastgoed is, hoe worden de gebouwen dan gefinancierd, en van wie zijn ze dan? Voor deze dynamisch inzetbare objecten zullen we op zoek moeten naar nieuwe vormen van business modellen.

Vergroot het draagvlak; Laat het bedrijfsleven investeren in de toekomstige winst

Draagvlak voor de Spelen begint bij het minimaliseren van de negatieve impact, zowel in overlast (geen bouwplaats voor 10 jaar) als

financieel. Een grotere investering van het bedrijfsleven lijkt wenselijk, maar dit vraagt wel om een andere aanpak van een public private partnership, bijvoorbeeld waarin financieringsconstructies meer lijken op die van de scheepsbouw. Er van uitgaande dat het mogelijk is om de Spelen een financieel winstgevende organisatie te maken, zoals Los Angeles al heeft bewezen, moet het mogelijk zijn een alternatieve financiering op te zetten die gebaseerd is op het initiatief en de ondernemingsgeest van het bedrijfsleven.

De eerste stap daarin is dat de vele onderdelen van Spelen niet in het bezit komen van de overheid maar van particulieren: investeringsmaatschappijen, zoals ook ooit de schepen van de VOC. Een vergelijkbare vorm van private investering heeft ook de Ziggo Dome gefinancierd, een zaal voor 17.000 bezoekers

die vooral gemaakt is voor muziek maar die onder andere ook een Olympisch zwembad kan huisvesten.

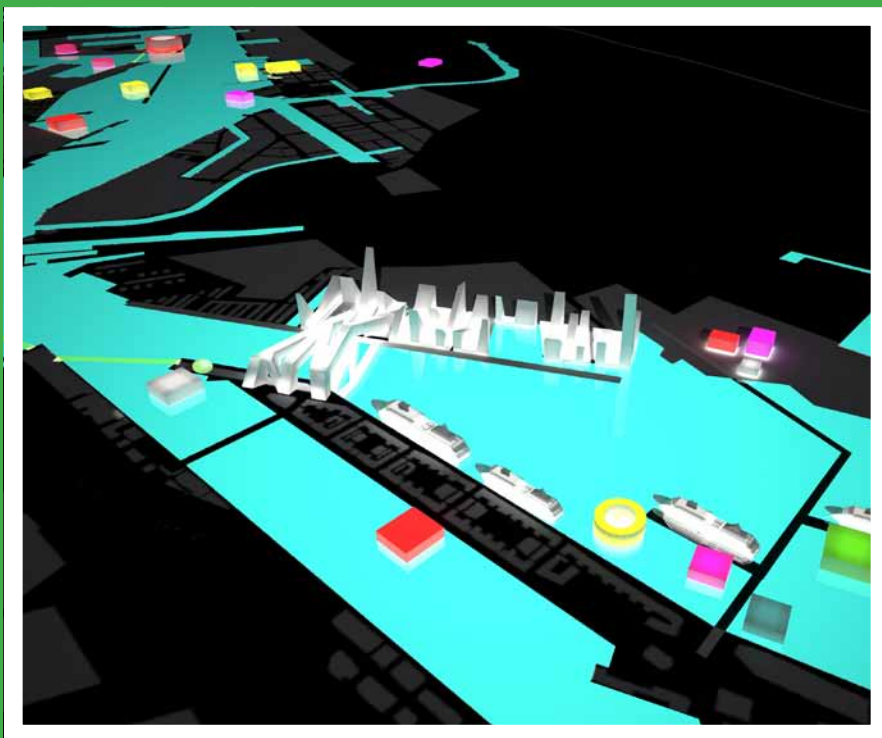
Spread risico; Begin nu met de Spelen

Een belangrijke stap in het aantrekkelijk maken voor private investeerders om deel te nemen in deze Olympische onderneming is het beperken van de risico's die daarmee gepaard gaan. Een van de mogelijkheden daartoe is het spreiden en opknippen van de investeringen aansluitend op de gedachte van 'precycling'. Nederland zou niet moeten wachten met de realisatie van faciliteiten voor de Spelen tot het Nederlandse bid verkozen zou worden in het jaar 2019. Nederland zou nu al kunnen beginnen. Onderdelen als de middelgrote sportzalen die multifunctioneel inzetbaar zijn kunnen nu al dienst doen voor andere evenementen zoals voor het WK beachvolleybal in Scheveningen of tijdens de Davis cup wedstrijden. Ook trainingsfaciliteiten, die Nederland helpen op Olympisch niveau brengen, zouden nu al kunnen worden gebouwd, om vervolgens in 2028 als onderdeel van een groter geheel in de Spelen te gaan functioneren.

De overheid stimuleert

De overheid kan en moet een belangrijke rol spelen in de realisatie van de spelen. Allereerst door de grote lijnen uit te zetten, helderheid te geven en door het traject tussen nu en Spelen in 2028 te ondersteunen. De overheid en de samenleving kunnen dan een belangrijke rol spelen. Door mee te investeren kunnen zij uiteindelijk mee profiteren, bijvoorbeeld in innovaties op gebied van transport over water, duurzame energievoorziening, afvalverwerking en nieuwe constructiemethodes. Niet perse door meer geld uit te geven maar door bestaande subsidies en stimuleringsfondsen van planning tot productontwikkeling te bundelen.

Het voortraject van de olympische voorbereidingen in Nederland lieten reeds belangrijke lessen zien. Of dit nu was om Nederland op Olympisch niveau te krijgen of voor de Spelen zelf; Nederland laat zien hoe zij de toekomst ziet!



SOCKETT

Het bedrijf Uncharted Play, opgericht door een aantal studenten van Harvard University, ontwikkelde de Sockett, een voetbal die energie kan opslaan. Na een uurtje voetballen, geeft hij een avond led-licht. Handig voor ontwikkelingslanden, waar vaak alleen maar kerosinelampen zijn. Dit ontwerp toont aan hoe sport en spel een goed vehikel kan zijn voor andere ambities.





PROGRAMMEERBARE OMGEVING

Het Duitse ASB Systembau heeft een glazen indoor sport vloer ontwikkeld; 'ASB glassfloor'. Met LED markeringen kunnen verschillende sportvelden worden geprogrammeerd. Deze oppervlaktetechnologie bevat eveneens sensoren die bijvoorbeeld aangeven wanneer een speler buiten grenzen stapt, of waar een bal is geland.







RONALD KRAMER

OSF

“Met het Orange Sports Forum vormen we een groot netwerk van velerlei Nederlandse bedrijven met sportkennis en -kunde. Gezamenlijk presenteren we ons in het buitenland, door middel van een website, publicaties, informatiebijeenkomsten en internationale missies. Wat mij vooral interesseert is de diversiteit van bedrijven, van grote, gevestigde namen als BAM en KPMG tot kleine bedrijven met een heel goed idee. Vooral voor die laatste categorie - vaak innovatieve - bedrijven is het niet gemakkelijk om zelfstandig de weg in het buitenland te vinden.”

www.hollandsportsindustry.com

Hoewel het jammer is dat het doel de Olympische Spelen binnen te halen vanuit de overheid losgelaten is (het geeft toch een extra stuk geloofwaardigheid) werken we nog steeds heel goed samen (met de betrokken ministeries, de ambassades en Agentschap NL) om de Nederlandse expertise en de specifiek Nederlandse benadering internationaal over het voetlicht te brengen. Ik zie nog veel energie bij alle bedrijven.

Wat die Nederlandse benadering zo bijzonder maakt is de combinatie van hard- en software, en de koppeling van top- en breedtesport. De Nederlandse benadering is daarmee meer integraal, en beter in staat om 'legacy' (of juist eigenlijk 'voorlatenschap' in plaats van enkel 'nalatenschap') te genereren. In Brazilië, bijvoorbeeld, heeft Feyenoord in de wijken van Sao Paulo haar MVO-projecten gepresenteerd. Hier zien we, door de directe effecten op de omgeving waarin de jeugd opgroeit, echt de koppeling tussen sport en stad.

Maatschappelijke verantwoord ondernemen en de inzet op duurzaamheid zie je ook in

concrete Nederlandse producten. Het bedrijf Busis werkt samen met Desso Sports Systems en Heijmans aan een nieuw type kunstgrasveld, de AquaPush.

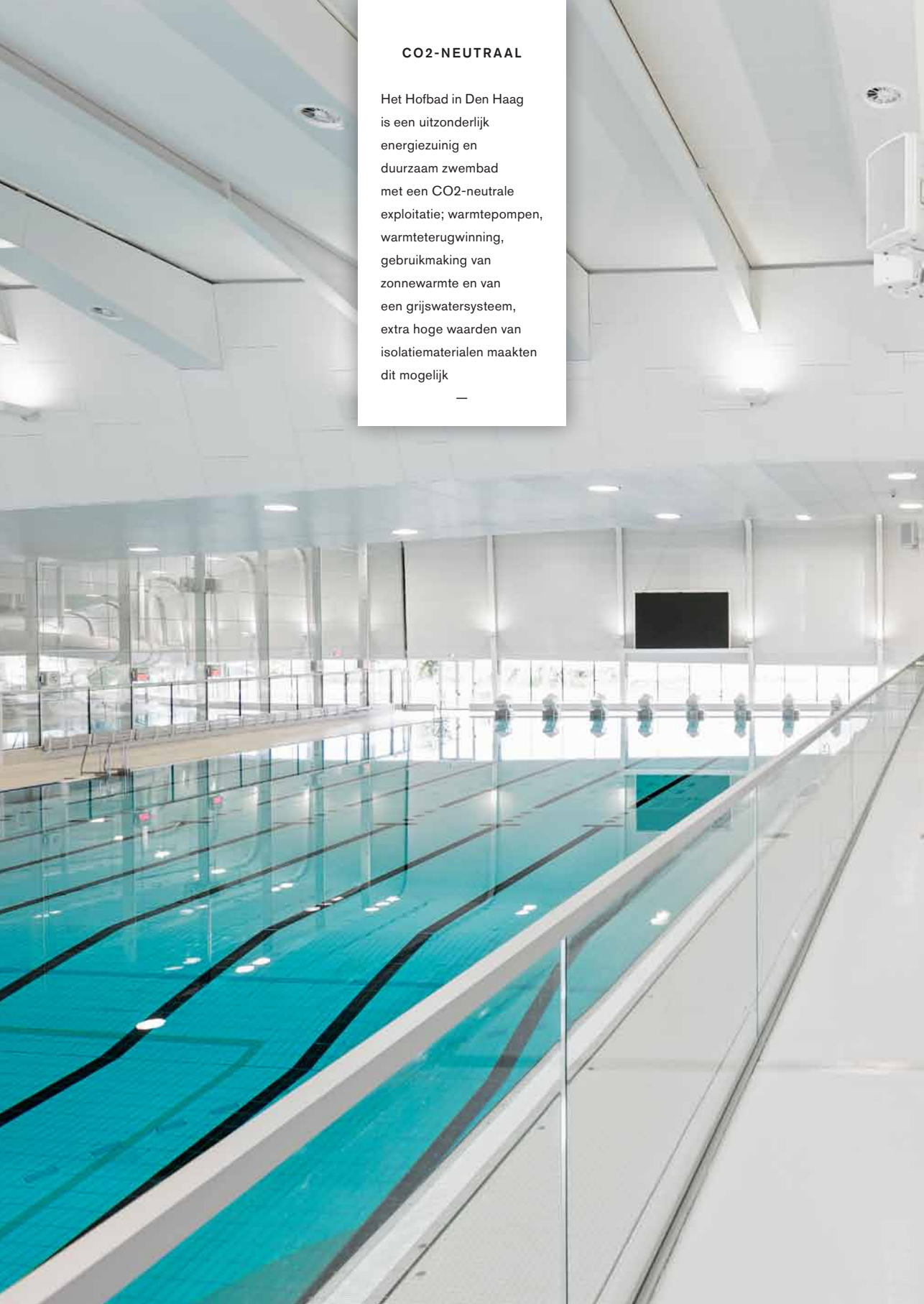
Door het veld van onderen te bewateren, via een waterreservoir, wordt zo'n 70% water bespaard. Door middel van een ingenieus pompsysteem kan de vochtigheid van het gras uiterst nauwkeurig worden bepaald en komt het water van het veld altijd weer terug in het reservoir.

Zo'n product, waarvan nu een eerste versie in Breda wordt aangelegd, heeft internationaal natuurlijk heel veel potentie. En het leuke is natuurlijk ook de samenwerking tussen bedrijven. In die zin werkt het netwerk ook heel goed: door bijeenkomsten in Nederland, maar ook door samen op reis te gaan, ontstaan vanzelf ideeën voor samenwerking. We zijn nu bijvoorbeeld bezig met een missie naar Azerbeidzjan, waar ze bezig zijn met de voorbereidingen voor de eerste Europese Spelen. Zo'n 17 bedrijven hebben daar belangstelling voor, waaronder veel kleinere. Tijdens zo'n missie kunnen we elkaar echt helpen."



CO2-NEUTRAAL

Het Hofbad in Den Haag is een uitzonderlijk energiezuinig en duurzaam zwembad met een CO2-neutrale exploitatie; warmtepompen, warmteterugwinning, gebruikmaking van zonnewarmte en van een grijswatersysteem, extra hoge waarden van isolatiematerialen maakten dit mogelijk





NAWOORD

Innovaties op de verschillende gebieden (water, sport & gezondheid, flexibiliteit, sociale technologie en duurzaamheid) bieden kansen voor het bedrijfsleven en sluiten aan op ruimtelijke vraagstukken. Kansen om de komende jaren kleine en grote (sport-)evenementen (in de buurt, in Nederland of internationaal) te gebruiken als oefenveld en showcase.

Een voorbeeld van zo'n groot evenement is de Floriade 2022. Deze biedt een prachtige 'stip op de horizon' om Nederlandse kennis en kunde verder te ontwikkelen.

Door gezamenlijk op te treden en de Nederlandse integrale benadering gecoördineerd voor het voetlicht te brengen kan het innovatieve karakter versterkt worden. De verschillende Topsectoren kunnen daar een grote bijdrage aan geven.

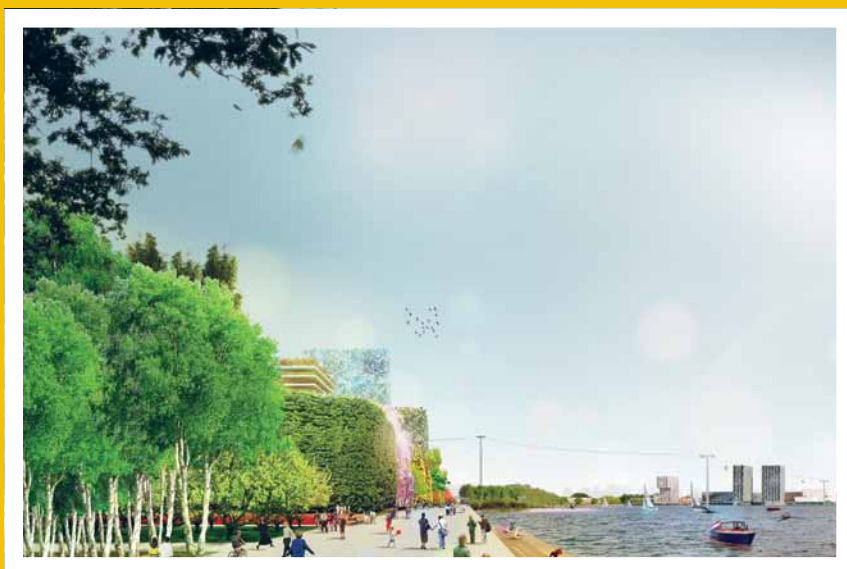
FLORIADE; GROWING GREEN CITIES

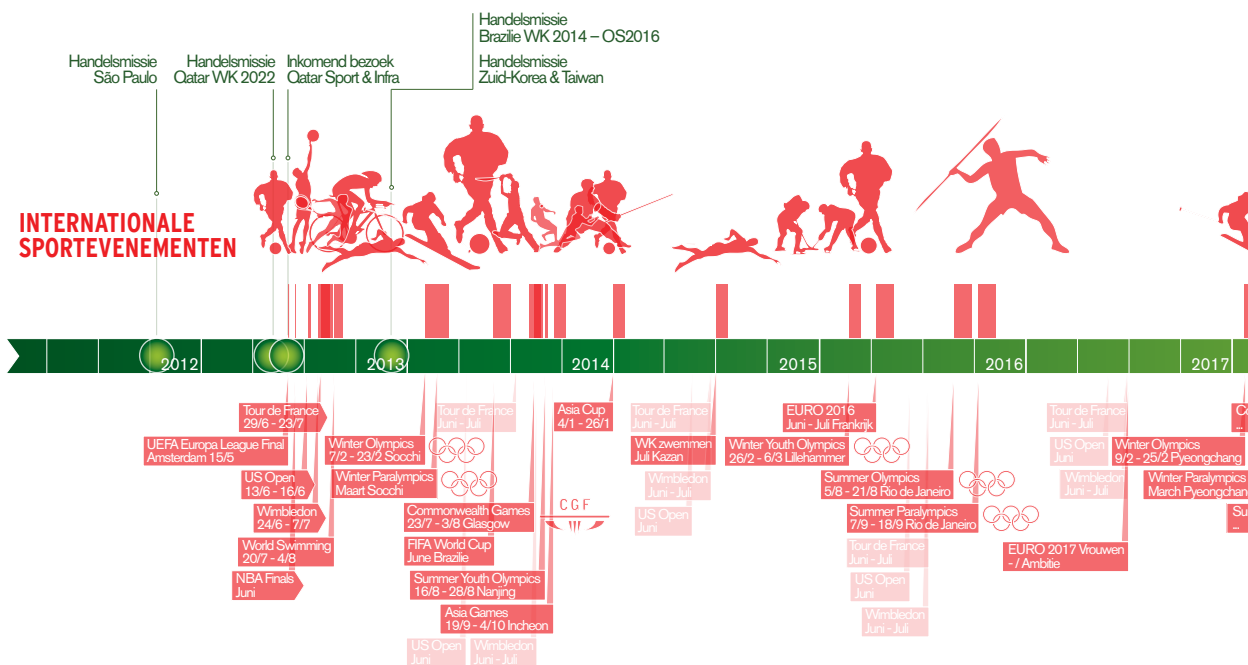
Winy Maas en Jeroen Zuidgeest, MVRDV

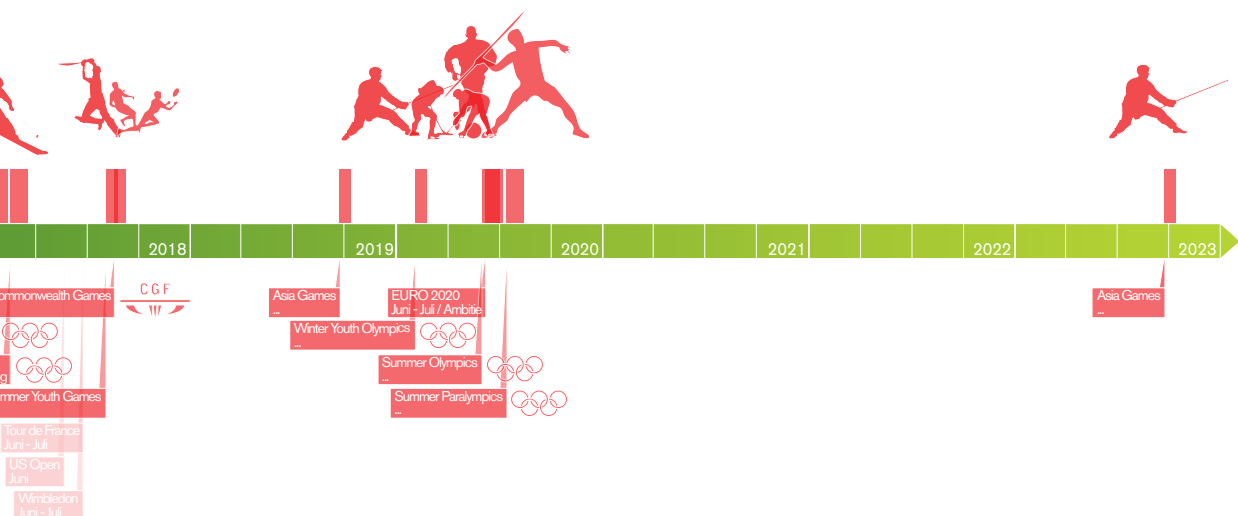


Almere staat voor een omvangrijke groeiopgave; in de komende decennia moeten in Almere 60.000 nieuwe woningen worden gebouwd en 100.000 nieuwe arbeidsplaatsen worden gerealiseerd. Kern van de Almeerse plannen is de ontwikkeling van een prototype Green City, een groene variant op de Cité Idéale, waar de Nederlandse tuinbouwsector zich in 2022 aan de wereld kan presenteren.

www.mvrdv.nl



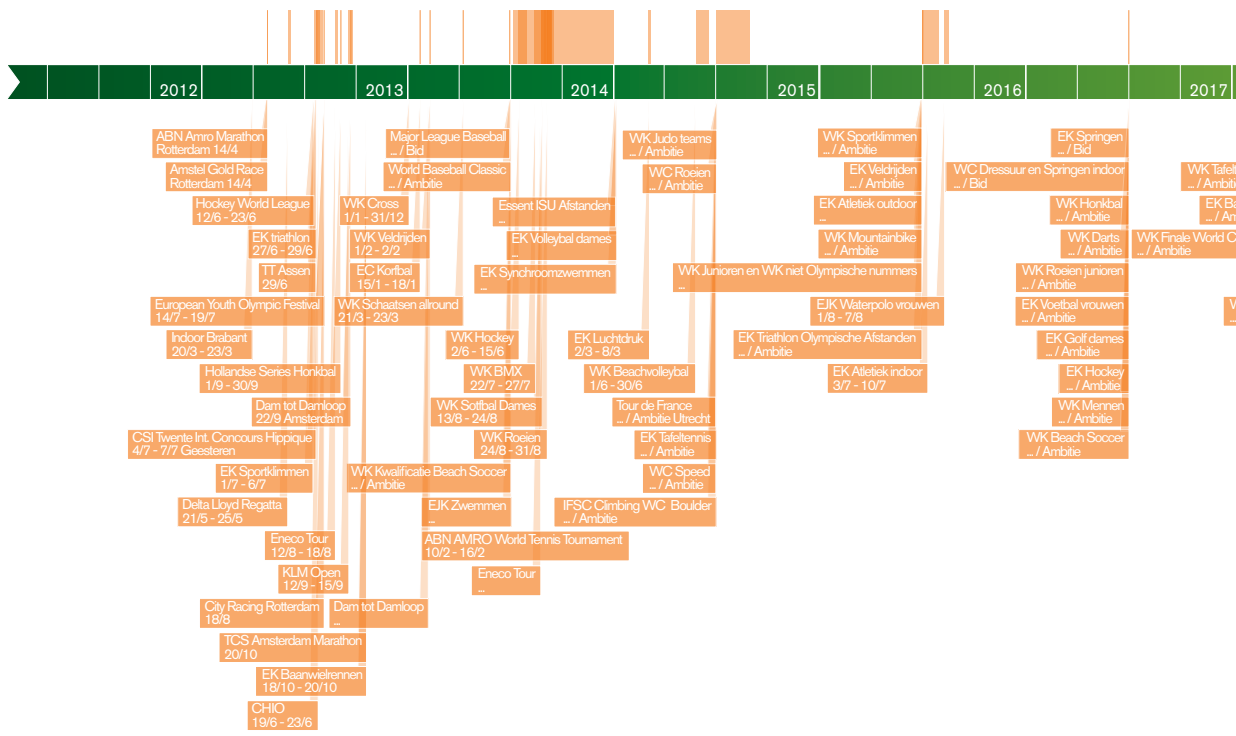




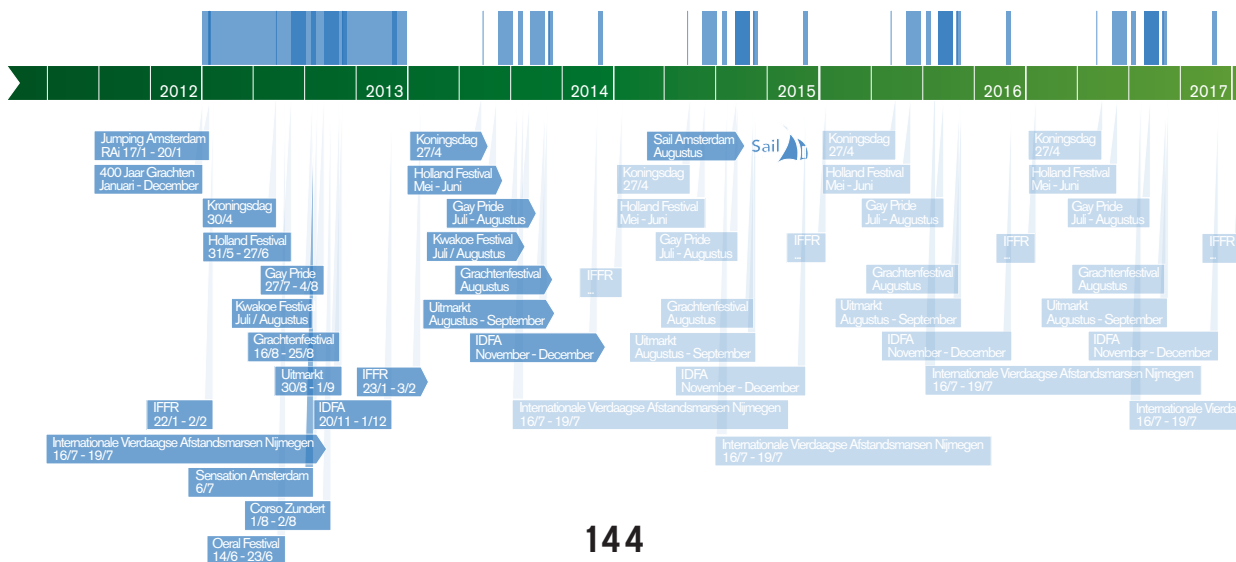
(INTERNATIONALE) EVENEMENTEN KALENDER

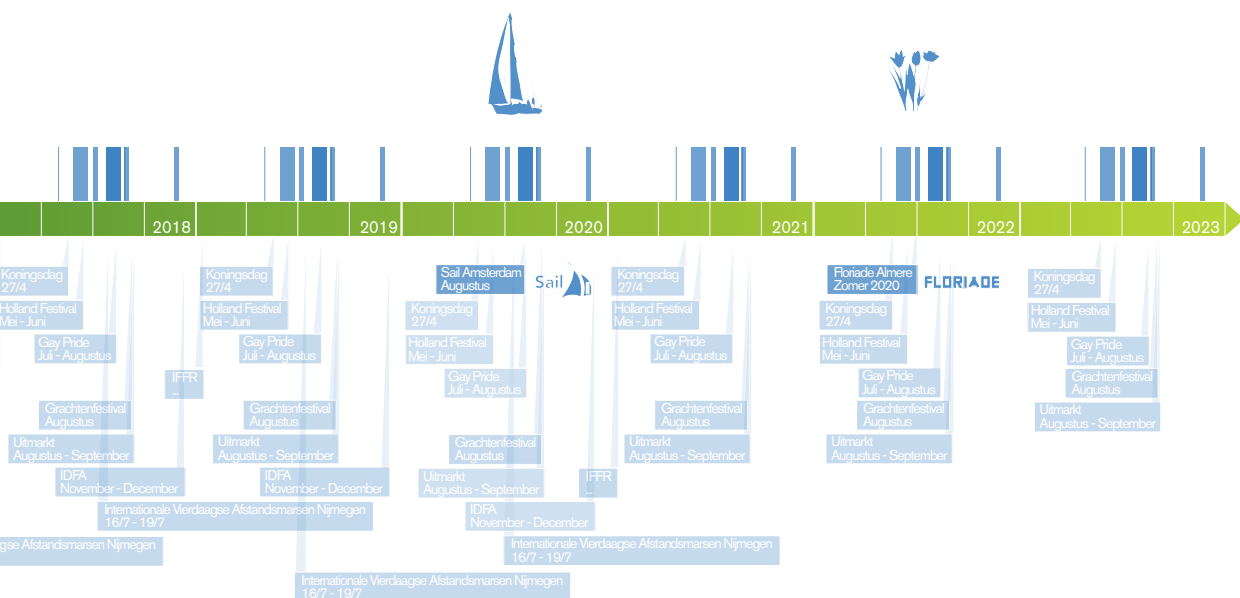
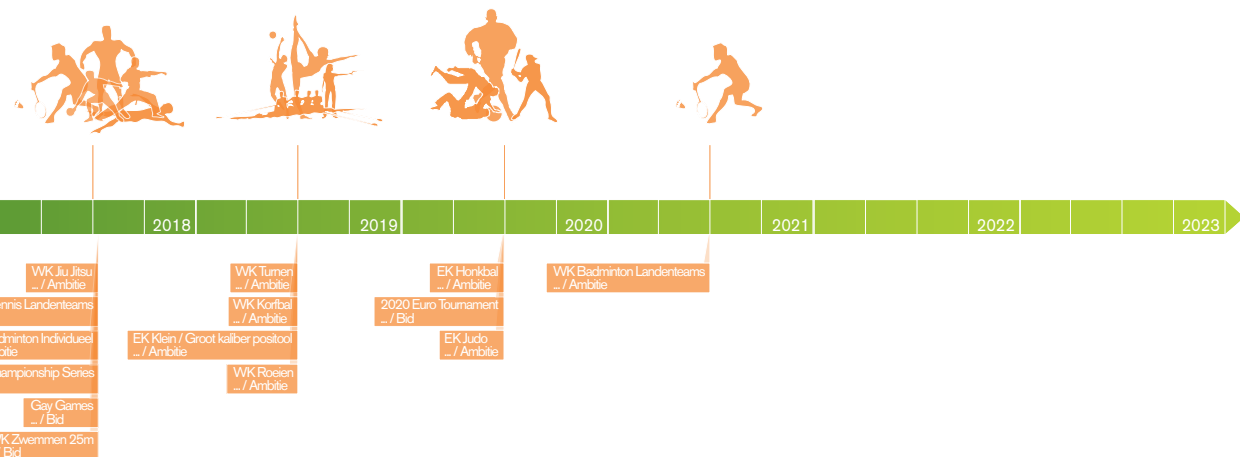
Sport en evenementen zijn big-business. (Sport-)evenementen worden steeds belangrijker bij de ontwikkeling van steden: ze vormen vaak het startpunt van vernieuwing en innovatie om ze veerkrachtiger en aantrekkelijker te maken. Op dit gebied is Nederland goed gepositioneerd en is er de afgelopen jaren veel uitgevonden. 'Onze' omgang met water vormt een zinnebeeld van die aspecten die bij een Holland Brand voor (sport-)evenementen essentieel zijn: sportief, dynamisch, flexibel, sociaal, denkend vanuit de gemeenschap, duurzaam en internationaal. Op de (inter-)nationale evenementenkalender is te zien waar de komende jaren werk aan de winkel is.

TOPSPORT IN NEDERLAND



LOKALE EVENEMENTEN







- USP: Holland Brand
- Landschapsontwikkeling voor watermanagement en recreatie
 - Watertechnologie
 - Drijvend bouwen
- Duurzaamheid en internationale relaties



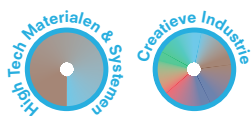
- Sportgerelateerde gebiedsontwikkeling
 - Duurzaamheid
- Bewegen en sociale cohesie in de wijk
- Ontwerpen aan 'sportieve steden'
 - Gezondheid

TOPSECTOREN

Veel van de ideeën en producten in het ruimtelijk domein die voortkomen aan het denken over (sport-) evenementen en OP2028 sluiten goed aan op het Nederlandse topsectorenbeleid. Door samen te werken rondom (sport-) evenementen kunnen uiteenlopende sectoren als 'creatieve industrie', water, high-tech en logistiek samen met het bedrijfsleven nieuwe markten veroveren.



- Veerkrachtige steden
- Evenmenteneconomie
- Tijdelijke accommodaties
- Flexibel locatiegebruik
 - Logistieke ketens
 - Smart Cities



- Sociale technologie
 - Smart Cities
 - Media en gaming
- 'Bottom-up' planningsmethoden



- Kracht van Sport
- Duurzame accommodaties
 - Energie
- Activeren burgers
- Hergebruik en circulaire economie

CAST OF CHARACTERS

(in order of appearance)

One Architecture
www.onearchitecture.nl

Bureau Nieuwe Gracht
www.nieuwegracht.nl

Golfstromen
www.golfstromen.nl
bijdrage: Marketing is Urbanism

MUST Stedebouw B.V.
www.must.nl
bijdrage: #gezelligdruk; Een dagje op de Arena Boulevard

MVRDV
www.mvrdv.nl
bijdrage: Floriade; Growing green cities

OPAi – oneplanetarchitecture institute
www.opai.eu

Oever Zaaijer & Partners (OZP)
www.oeverzaaijer.nl
bijdrage: De Nieuwe Olympische Spelen;
Hoe Nederland wel de Spelen kunnen organiseren

temp.architecture.urbanism
www.temparchitecture.nl
bijdrage: Sport terug de stad in;
tijdelijke sportvoorzieningen op braakliggende terreinen

INTRODUCTIE

One Architecture
www.onearchitecture.nl

XML ARCHITECTURE RESEARCH URBANISM
www.x-m-l.org

Platform31 (Deloitte - Nirov)
www.platform31.nl

Neptunus
www.neptunus.eu
Hospitality village - Tijdelijke accommodaties en demontabele gebouwen.

VolkerWessels / Koninklijke Volker Wessels Stevin NV.
www.volkerwessels.com
sluizen Olympisch Park – Uitgebreide kennis en kunde in alle bouwdisciplines

Heijmans N.V.
www.heijmans.nl
Verontreinigde grondverwijdering Olympisch Park - Combinatie van activiteiten
op het gebied van vastgoed, woningbouw, utiliteit, wegen en civiel

De Boer Structures BV
www.deboer.nl
Verhuur van tijdelijke locaties

EEN GROEIENDE MONDIALE BEDRIJFSTAK

Infostrada Sports
www.infostradasports.com
Sportstatistieken

OMA
www.oma.com
Langetermijnsportinfrastructuur Qatar

Philips Lighting
www.lighting.philips.nl
Innovatieve, energiezuinige lichtoplossingen en -toepassingen
voor openbare gelegenheden en thuis.

Boon Edam B.V.
www.boonedam.nl
Uitgebreide en innovatieve range aan draaideuren en beveiligingsproducten

Vanderlande Industries
www.vanderlande.com
Levering van geautomatiseerde material-handlingsystemen en bijbehorende diensten.

MKB-Nederland
www.mkb.nl
Vereniging voor ondernemers in midden en kleinbedrijf

BAM sports
www.bam-sports.de
Voetbal stadions in Zuid-Afrika, civiel werk en groenvoorzieningen Olympic Park, Brazilië

Interbeton BV
www.interbeton.nl
Waterbouwkunde

ING
www.ing.nl
New York Marathon

KondorWessels
www.kondorwessels-amsterdam.nl
The Floating games

FME CWM

www.fme.nl

Ondernemersorganisatie voor de technologische industrie

RUIMTELIJKE IMPACT

IBM

www.ibm.com/nl

Operations Center of the City of Rio de Janeiro

WATER

Bartels Ingenieurs

www.bartels-global.com/nl

wedstrijd drijvend Olympisch Dorp

Stichting Floating Life

www.floatinglife.org

Drijvende woonwijken als Olympisch Dorp

Public Domain Architecten

www.publicdomainarchitecten.nl

Aquadock

SPORTIEF

Ruud Jan Kokke

www.kokke.com

Hekwerk Olympiaplein

Greenfields

www.greenfields-kunstgras.nl

One Turf-veld, dual-use

Posad en Studio Rosa

www.posad.nl

www.studiorosa.eu

Fietsen in de steden

Dynamisch en flexibel

Zwarts & Jansma Architects

www.zwarts.jansma.nl

Stadionatletiek en voetbal

AirBnB
www.airbnb.com
Iedere woning een hotel

Couchsurfing
www.couchsurfing.org
Iedere woning een hotel

ID&T
www.id-t.com
Organisatie van evenementen

TNT
www.tnt.com/express/nl
Logistiek

Nedap
www.nedap.com/nl
Fabrikant van intelligente technologische oplossingen voor relevante thema's
De Meeuw
www.demeeuw.com
Tijdelijke en permanente huisvesting

One Architecture
www.onearchitecture.nl
Smart cities

SOCIAAL, EN DENKEND VANUIT DE GEMEENSCHAP

Tygron
www.tygron.nl
Serious games

Peerby
www.peerby.com
Spullen delen

Guerilla Games
www.guerrilla-games.com
Game development

GREE
www.gree-corp.com
Social gaming network

DeNa
www.dena.com/intl
Social Games platform

Perfect World
www.perfectworld.com
Free to play multiplayer online games

Give a Minute
www.giveaminute.info
Verbeter de buurt app

DUURZAAM

Uncharted Play
www.unchartedplay.com
Soccket: voetbal die energie op kanslaan

NOC-NSF en Heijmans
www.nocnsf.nl
www.heijmans.nl
Scorekaart duurzame buitensport accommodaties

AkzoNobel
www.akzonobel.com/nl
Restwarmte benutten voor verwarming voetbalstadion

ArenA
www.amsterdamarena.nl

CREDITS

Disclaimer

Waar gebruik is gemaakt van beeldmateriaal van derden heeft de auteur datgene gedaan wat redelijkerwijs van haar kan worden gevergd om de rechten van de auteursrechthebbende op de beelden te regelen volgens de wettelijke bepalingen.

Desondanks kan het voorkomen dat fotomateriaal niet voor publiek gebruik is vrijgegeven. Degenen die menen rechten te kunnen doen gelden, worden verzocht zich te melden bij de auteur.

Postzegels p6—9:

One Architecture B.V.

Londen 2012 p16—17:

foto Felicity Slater

Ruben Dubelaar p24:

FME-CWM

Demontable stadions p25:

Ballast Nedam B.V.

NYC ING marathon p26—27:

commons.wikimedia.org , foto door Martineric from Lille

Interbeton Soccer City p28—29:

[shanediaz120's](https://www.shanediaz120s.com), [flickr.com](https://www.flickr.com)

Eredivisie Live p30—31:

Infostrada

Sail p34—35:

ANP, foto door Koen van Weel

Rio Control Center p36—37: foto Raphael Lima,
met dank aan IBM

Koninginnedag p38—39:

foto Sergio Felter, sergiofelter.tumblr.com

Zandmotor p44—45:

foto Joop van Houdt, archief Rijkswaterstaat

Amsterdam City Swim p46—47:

foto Kees Brinkman met dank aan Koninklijke
Nederlandse Redding Maatschappij

Delta Games p48—49:

Vogelvlicht over de Olympische Delta Rotterdam, De
Urbanisten

Drijven in Rotterdam p50—51:

Public Domain Architecten, foto Ossip van Duivenbode

Water Footprint p52—53:

waterfootprint.org en WWF

ArenA p62—63:

commons.wikimedia.org foto door korniliakoukoutsis

Olympiaplein p64—65:

ontwerp Ruud-Jan Kokke www.kokke.com,
opdrachtgever Gemeente Amsterdam/ Oud-Zuid,
foto Gabriele Merolli

Urbanathlon p66—67:

Pieter Sløetjes fotografie, www.pietersloetjes.nl

Ouderen sportplek p68—69:

nijha.nl

Buildering p70—71

foto Slopjop, [flickr.com](https://www.flickr.com)

Dorrie Eilers p76:

foto Neptunus

McDonalds p77:

Demontabel restaurant tijdens Olympische Spelen,
Londen, foto Neptunus

Containerdorp p82:

foto J. van Herthum, [wikimedia](https://www.wikimedia.org)

Hospitality Village p84—85:

foto Neptunus

Voorstel Olympisch Stadion p86—87:

ontwerp temp.architecture,
opdrachtgever DRO Amsterdam

Strand Stadion p88—89:

TIG Sports, WK Beacholleybal 2015

Sensation p90—91:

commons.wikimedia.org

Florian Witsenburg p96:

foto Tygron

Serious Games p97:

foto Tygron

Serious Games p99:

foto Tygron

Heineken Holland House p106—107:

[Easternblot's, flickr.com](https://www.flickr.com/photos/easternblot/)

Bloemencorso p108—109:

Stichting Bloemencorso Zundert, [wikimedia](https://www.wikimedia.org)

Museumplein p110—111:

foto Albert van Dijk

Sportapp p112—113

Henk Markerink p118:

foto ArenA

ArenA U2 360° concert p120:

commons.wikimedia.org , foto door Fruggo

Socckett p128—129:

Soccket – Uncharted Play

Ledexpert p130—131:

foto asbglassfloor.com

Hofbad p134—135:

foto Roland Tilleman Photography i.o.v VenhoevenCS
architecture + urbanism

Ronald Kramer p132:

foto OSF

AquaPush p133:

Bredase Hockey Vereniging Push / www.push.nl

Evenementenkalender p138—141

One Architecture B.V.

Beelden bijdragen ontwerpers

p60—61:

MUST Stedebouw

p78—81:

temp.architecture

p100—105:

Golfstromen

p122—127:

OZP / Kondor Wessels

p138-141:

MVRDV

