

**KU LEUVEN**



FACULTEIT  
INGENIEURSWETENSCHAPPEN

# De brug tussen ruimtelijk beleid en ruimtegebruik

Een exploratief onderzoek naar het  
potentieel van brede communicatie en  
sensibilisering van de individuele burger  
voor een verhoogd ruimtelijk rendement

Lotte Verduyckt

Thesis voorgedragen tot het behalen  
van de graad van Master of Science  
in de ingenieurswetenschappen:  
architectuur

**Promotoren:**

Prof.ir.arch. Leo Van Broeck  
dr.ir.arch. Wouter Bervoets

**Assessoren:**

Prof.dr.ir.arch. André Loeckx  
Prof.dr.ir.arch. Andrew Vande Moere

© Copyright KU Leuven

Zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van zowel de promotoren als de auteur is overnemen, kopiëren, gebruiken of realiseren van deze uitgave of gedeelten ervan verboden. Voor aanvragen tot of informatie i.v.m. het overnemen en/of gebruik en/of realisatie van gedeelten uit deze publicatie, wend u tot Faculteit Ingenieurswetenschappen, Kasteelpark Arenberg 1 bus 2200, B-3001 Heverlee, +32-16-321350.

Voorafgaande schriftelijke toestemming van de promotoren is eveneens vereist voor het aanwenden van de in deze masterproef beschreven (originele) methoden, producten, schakelingen en programma's voor industrieel of commercieel nut en voor de inzending van deze publicatie ter deelname aan wetenschappelijke prijzen of wedstrijden.



## Fiche masterproef

*Student:* Lotte Verduyckt

*Titel:* De brug tussen ruimtelijk beleid en ruimtegebruik

Een exploratief onderzoek naar het potentieel van brede communicatie en sensibilisering van de individuele burger voor een verhoogd ruimtelijk rendement

*Engelse titel:* Building bridges between spatial policy and spatial use

An exploratory research about the potential of strong communication with the public and sensitization of the individual to increase spatial efficiency

*UDC:* 621.3

*Korte inhoud:*

Door de toenemende nood aan een meer duurzame samenleving, streeft ook Vlaanderen naar een meer duurzame ruimtelijke ordening. Het Vlaams verkavelingsmodel met zijn versnipperde lintbebouwing is namelijk achterhaald. Mogelijke alternatieve mobiliteits- en woonmodellen stellen wonen in een verdichte kern voorop, aangevuld met een sterk uitgebouwd openbaar vervoersnetwerk. Om verzet bij de bevolking tegen zulke plannen te vermijden, is een breed draagvlak bij de burgers noodzakelijk. Dit draagvlak is echter nog niet voldoende aanwezig. Bovendien bevordert de huidige communicatie van de Vlaamse overheid over ruimtelijke dossiers allerm minst de breedte van dit draagvlak. In deze thesis wordt daarom onderzocht of strategische communicatie en sensibilisering van de individuele burger een effectieve oplossing zou zijn om het draagvlak voor ruimtelijk rendement te vergroten en hoe die communicatie dan best kan gebeuren. Om antwoorden op deze vragen te verzamelen werden twaalf respondenten uit het ruimtelijk planningsveld genterviewd. Met deze interviews werden een aantal kritieke punten blootgelegd met betrekking tot brede communicatie, zoals het te opvoedende karakter van sensibiliseringscampagnes, het feit dat mensen voornamelijk leren uit gemaakte fouten of het belang van participatie en capaciteitsopbouw. Er kwamen echter ook verschillende suggesties naar boven om beter te communiceren met de burger en zo het draagvlak voor ruimtelijk beleid te vergroten. Deze suggesties werden vervolgens bekrachtigd door ze te spiegelen aan een recent Vlaams model uit de sociale marketing het 7E-model. Dit model gaf, samen met de respondenten, aan dat strategische communicatie zeer interessant kan zijn om de bevolking te overtuigen van het nut en de positieve aspecten van duurzame ruimtelijke planning en van de beperking van de negatieve aspecten ervan. Zo kan men de mentaliteitsverandering naar een meer duurzaam woonmodel bottom-up inzetten, vertrekkende vanuit de wil van de burger zelf. Voor effectieve communicatie hanteert men best eenvoudige, concrete boodschappen, die in een aantrekkelijke en persoonlijke vorm werden gegoten. De concrete implicaties worden bovendien best tastbaar gemaakt voor de burgers en de positieve, simpele boodschappen moeten voldoende herhaald worden. De burgers kunnen nog makkelijker overtuigd worden als ze de positieve aspecten van het alternatieve woonmodel zelf kunnen beleven, bijvoorbeeld door het organiseren van een Dag van de Gezinsvriendelijke Stadswoning

---

of door het opzetten van platformen voor het delen van verhalen en beelden. Tot slot kan je ook de bevolking laten dromen, over bijvoorbeeld een Nationaal Park in elke provincie, dergelijke utopie kan mensen enthousiast maken en eventueel intrinsiek een gedragsverandering in gang zetten richting een meer duurzame samenleving.

Thesis voorgedragen tot het behalen van de graad van Master of Science in de  
ingenieurswetenschappen: architectuur

*Promotoren:* Prof.ir.arch. Leo Van Broeck  
dr.ir.arch. Wouter Bervoets

*Assessoren:* Prof.dr.ir.arch. André Loeckx  
Prof.dr.ir.arch. Andrew Vande Moere

*Begeleider:*

INLEIDING	
PROBLEEMSTELLING	iii
ONDERZOEKSVRAGEN	iii
METHODOLOGIE	iii
STUDIO RUIMTELIJK RENDEMENT	iv
LEESWIJZER	iv
LITERATUURSTUDIE	1
HOOFDSTUK 1 DUURZAAMHEID & KLIMAATVERANDERING: DÉ UITDAGING VAN DE 21 <sup>E</sup> EEUW	3
1.1. Toenemende nood aan duurzamere samenleving	4
1.2. Draagvlak voor duurzaamheid bij burger	7
1.3. Conclusie	10
HOOFDSTUK 2 DUURZAAM RUIMTELIJK BELEID: DÉ UITDAGING VAN VLAANDEREN	13
2.1. Belang van duurzame ruimtelijke planning	14
2.2. Historisch gegroeide problematische omgang met ruimte	15
2.3. Toekomst van ruimtelijk beleid	25
2.4. Conclusie	43
HOOFDSTUK 3 DRAAGVLAK VOOR TOEKOMSTIG RUIMTELIJK BELEID BIJ DE BURGER	51
3.1. Draagvlak voor (totale) energieprestatie van gebouwen	52
3.2. Draagvlak voor verdicht wonen	58
3.3. Conclusie	68
HOOFDSTUK 4 DE BRUG TUSSEN BURGER EN RUIMTELIJK BELEID	73
4.1. Van ratio naar co-productie	74
4.2. Strategische communicatie als aanvulling op participatie	77
4.3. Conclusie	80
ONDERZOEKSMETHODOLOGIE	83
INTERVIEWS	85
1. Respondenten	86
2. Vragenlijst	99
3. Verwerking	104
4. Beperkingen van het onderzoek	105

DOOR WIE WORDT ER GECOMMUNICEERD NAAR HET BREDE PUBLIEK?	107
HOOFDSTUK 5 SPELERS	109
ZIN EN ONZIN VAN SENSIBILISERING?	115
HOOFDSTUK 6 VISIE VAN DE RESPONDENTEN	117
6.1. Inspelen op de individuele burger	118
6.2. Brede communicatie en sensibilisering van de individuele burger	122
6.3. Conclusie	131
HOOFDSTUK 7 LESSEN UIT SOCIALE MARKETING	135
7.1. Sociale marketing: ondersteuning van positieve maatschappelijke veranderingen	136
7.2. Sociale marketing: verandering start bij de mensen zelf	139
7.3. Sociale marketing en 7E-model: omkadering voor een effectieve communicatiecampagne	141
7.4. 7E-model: 7E- hefboomen	147
7.5. Nood aan sociale marketing in Vlaams ruimtelijk beleid	151
7.6. Conclusie	153
HOE KAN MEN BETER COMMUNICEREN OVER RUIMTELIJK RENDEMENT?	157
HOOFDSTUK 8 OVERTUIGEN MET 7E'S	159
8.1. Enlighten	160
8.2. Enthuse	173
8.3. Engage	183
8.4. Experience	185
8.5. Enable	187
8.6. Encourage	188
8.7. Exemplify	189
8.8. Conclusie	191
CONCLUSIE	197
FIGURENLIJST	201
BRONNENLIJST	207

# Inleiding



## PROBLEEMSTELLING

De toenemende nood aan een duurzamere samenleving leidt ook in Vlaanderen tot het nastreven van een duurzame ruimtelijke ordening. Het Vlaams verkavelingsmodel is immers achterhaald en allesbehalve duurzaam. Mogelijke alternatieve mobiliteits- en woonmodellen worden dus volop bestudeerd en ontworpen door planners. Niet alleen vanuit het vakgebied houdt men zich daarmee bezig, ook vanuit het ruimtelijk beleid. Zo wil het Vlaams beleid met het nieuwe Beleidsplan Ruimte Vlaanderen (BRV) volop inzetten op een duurzame transformatie van het verkavelde Vlaanderen. Ook op kleinere schaal worden pilootprojecten opgestart, zoals bijvoorbeeld het project Regionet Leuven dat de principes van kernversterking en mobiliteitgestuurde ontwikkeling tracht te implementeren in regio Leuven. Maar men kan zoveel beleidsplannen en wetenschappelijke modellen opstellen als men wil, de burger moet natuurlijk ook mee willen. Er lijkt nog een serieuze kloof te bestaan tussen de visie die wetenschap en beleid aan het ontwikkelen zijn en de woonwensen en denkbeelden rond ruimte en ruimtegebruik bij de brede bevolking. Een groot deel van de bevolking blijft vasthouden aan het oude woonmodel.<sup>1</sup> In de media duikt dit spanningsveld geregeld op. Bijvoorbeeld, toen de M-score werd voorgesteld door minister van Ruimtelijke Ordening, Joke Schauvliege, werd dit in het parlement met de grond gelijk gemaakt. Nochtans zou de M-score – vanuit planningsperspectief – een interessante manier zijn om mensen bewust te maken van hun mobiliteit en hun daaraan gekoppelde woonlocatie en impact op het milieu. Als de overheid met het BRV werkelijk een duurzaam beleid ambieert, zal het moeten nadenken over manieren waarop men de burger zal kunnen aansporen om mee te stappen in ruimtelijk beleid. Men moet de brug slaan tussen ruimtelijk beleid en ruimtegebruik.

## ONDERZOEKSVRAGEN

In deze thesis wordt het potentieel verkend van brede communicatie en sensibilisering van de individuele burger voor het vergroten van het noodzakelijk draagvlak voor ruimtelijk rendement. De twee onderzoeksvragen luiden daarbij als volgt:

“Is brede communicatie en sensibilisering van de individuele burger effectief om het draagvlak voor ruimtelijk rendement te versterken en dus om ruimtelijk beleid te realiseren?”

“Hoe kan men beter communiceren over ruimtelijk rendement?”

De tweede onderzoeksvraag is dus een uitdieping van de eerste onderzoeksvraag, waarin op zoek gegaan wordt naar manieren om op een goede manier breed te gaan communiceren en sensibiliseren over ruimtelijk rendement.

## METHODOLOGIE

Bovenstaande onderzoeksvragen werden beantwoord met behulp van kwalitatief, diepgaand onderzoek. Twaalf respondenten uit het planningsveld werden geïnterviewd. Op deze manier werd de aanwezige kennis en ervaring van de respondenten aangeboord. Aan de hand van kritische vragen werden de verschillende visies en posities van de respondenten ten opzichte van de kwestie blootgelegd. Het is dus exploratief onderzoek dat tot doel heeft problematieken bloot te leggen en mogelijke antwoorden op de uitdagingen te formuleren. Tot slot werden de suggesties van de respondenten gespiegeld aan een Vlaams model uit de sociale marketing, dat algemene tips geeft voor strategische communicatie.

# STUDIO RUIMTELIJK RENDEMENT

De thesis situeert zich binnen Studio Ruimtelijk Rendement, aangevoerd door Leo Van Broeck, waarbij de vrijheid werd gegeven om ook op minder traditionele manieren op zoek te gaan naar ruimtelijk rendement. ‘Rendement’ heeft dan ook een brede betekenis en wordt in het woordenboek Van Dale als volgt beschreven:

**ren·de·ment** (het; o; meervoud: rendementen)

1 opbrengst; winst

2 nuttig effect van iets

Deze thesis probeert aan de hand van een kritische reflectie op de eigen planningssector en architectenwereld op een alternatieve manier een nuttig effect te hebben op het verhogen van ruimtelijk rendement. Waarbij ik concludeer met een toepasselijk citaat van Renaat Braem:

“Alle doen en denken is stedenbouw.”<sup>2</sup>

## LEESWIJZER

In het eerste deel van deze thesis wordt vanuit de literatuur een achtergrond geschetst. In Hoofdstuk 1 wordt eerst de problematiek van duurzaamheid en klimaatverandering kort toegelicht. In Hoofdstuk 2 komt vervolgens duurzaam ruimtelijk beleid in Vlaanderen aan bod; zowel de evoluties in het verleden als het toekomstig ruimtelijk beleid worden hier uiteengezet. Vervolgens staat in Hoofdstuk 3 het draagvlak voor duurzaam ruimtelijk beleid bij de burger centraal, waarbij het draagvlak voor (totale) energieprestatie van gebouwen en het draagvlak voor verdicht wonen belicht worden. In het vierde en laatste hoofdstuk van de literatuurstudie wordt bekeken hoe ruimtelijk beleid momenteel de brug probeert te slaan met de burger en wordt inspiratie voor verbetering gezocht in een Australische *case study*. De literatuurstudie heeft vooral als doel meer inzicht te genereren in de verkavelingsproblematiek en de diepgaande maatschappelijke wortels ervan. Na de literatuurstudie volgt de gehanteerde onderzoeksmethodologie, waarna het onderzoeksdeel start. In Hoofdstuk 5 wordt eerst kort geschetst wie er allemaal communiceert naar de burger omtrent ruimte, om zo een breder beeld te scheppen van de verschillende spelers die de burger beïnvloeden. Nadien wordt de eerste onderzoeksvraag beantwoordt in het gelijknamige deel, dat bestaat uit twee hoofdstukken. Bij Hoofdstuk 6 wordt de onderzoeksvraag bekeken vanuit het perspectief van de respondenten en bij Hoofdstuk 7 vanuit het perspectief van de communicatiewetenschappen. In het laatste deel, dat Hoofdstuk 8 bevat, wordt dan bekeken hoe men beter kan gaan communiceren. Deze tweede onderzoeksvraag wordt beantwoord met behulp van de 7E-hefbomen die ook al uitgelegd worden in Hoofdstuk 7.

---

<sup>1</sup> Ann Pisman, Georges Allaert, en Piet Lombaerde, “Ideaal wonen vanuit het perspectief van de bewoner”, *Ruimte & Maatschappij* 3, nr. 2 (2011): 23–44, <http://hdl.handle.net/1854/LU-2016158>.

<sup>2</sup> Renaat Braem, *Het lelijkste land ter wereld* (Leuven: Davidsfonds, 1968).



# Literatuurstudie

HOOFDSTUK 1  
DUURZAAMHEID &  
KLIMAATVERANDERING:  
DÉ UITDAGING VAN  
DE 21<sup>E</sup> EEUW

HOOFDSTUK 2  
DUURZAAM RUIMTELIJK  
BELEID: DÉ UITDAGING  
VAN VLAANDEREN

HOOFDSTUK 3  
DRAAGVLAK VOOR  
TOEKOMSTIG RUIMTELIJK  
BELEID BIJ DE BURGER

HOOFDSTUK 4  
DE BRUG TUSSEN BURGER  
EN RUIMTELIJK BELEID



# Hoofdstuk 1

## Duurzaamheid & klimaatverandering: dé uitdaging van de 21<sup>e</sup> eeuw

**Inleiding.** Om de problematiek van duurzaam ruimtelijk beleid in te leiden wordt in dit hoofdstuk de gekende problematiek van klimaatverandering en duurzaamheid toegelicht. In het eerste deel volgt een korte beschrijving van de evolutie van het concept duurzaamheid. Daarna wordt in het tweede deel de breedte van het draagvlak voor dit duurzaamheidsconcept besproken.

# 1.1. Toenemende nood aan duurzamere samenleving<sup>1</sup>

Klimaatverandering wordt door sommigen gezien als dé uitdaging van de 21<sup>e</sup> eeuw. Secretaris-generaal van de Verenigde Naties Ban Ki-Moon stelde dit in 2007 vast uit rapporten van de *Intergovernmental Panel on Climate Change*<sup>1</sup>. Ook klimaatactivist Leonardo DiCaprio brengt deze boodschap in zijn klimaatfilm *'Before the Flood'*, waarin hij met verschillende experts tot dezelfde conclusie komt<sup>2</sup>. Klimaatverandering stelt zich als een wereldwijd probleem dat alle landen en bevolkingsgroepen aangaat. In 2015 werden volgens het jaarlijkse rapport *'State of the Climate'* opnieuw verschillende klimaatrecords verbroken<sup>3</sup>. Zowel de temperatuur van de aarde en de oceanen, als de zeespiegel en CO<sub>2</sub>-uitstoot bereikten recordhoogtes. De impact op het klimaat is dus niet meer onzichtbaar en speelt zich voor onze ogen af<sup>4</sup>. Indien deze trend niet gestopt wordt, dan zal dit volgens wetenschappers desastreuze en onomkeerbare gevolgen hebben voor aarde en mens. De nood aan een meer duurzame samenleving is nog nooit zo groot geweest.

## 1.1.1. EERSTE VOORSPELLINGEN

Het besef van de eindigheid van de impact van mens op aarde is niet nieuw. In 1798 schreef Thomas Malthus in *'An Essay on the Principle of Population'* reeds over de eindigheid van de aarde. Hij voorspelde dat er een einde zou komen aan de capaciteit van de aardbol om aan de noden van de immer groeiende bevolking te voldoen<sup>5</sup>. Meneer Malthus had gelijk, anno 2017 wordt de capaciteit van de aarde over-gebruikt. De dag dat de mensheid alle bronnen en capaciteit van de aarde voor dat jaar heeft opgebruikt wordt *Earth Overshoot Day* genoemd, deze dag viel in 2016 op 8 augustus en valt elk jaar vroeger en vroeger. Dit betekent dat de rest van het jaar de aarde opereert *'in overshoot'*, de aarde krijgt meer te verwerken dan het aan kan en voorzieningen die eigenlijk niet voorradig zijn en toebehoren aan toekomstige generaties, worden aangesproken. De eerste *Earth Overshoot Day* werd genoteerd in 1971, toen viel deze op 24 december. Dit betekent dat we sindsdien gestegen zijn van het verbruik van ongeveer 1 aarde naar het verbruik van maar liefst 1.6 aarden om de menselijke noden te ondersteunen. Er is echter maar één aarde, het spreekt voor zich dat dit problematisch is<sup>6</sup>.

In 1896 schreef Svante Arrhenius, een wetenschapper uit Zweden, ook al een tekst over het broeikaseffect<sup>7</sup>. Hij voorspelde als eerste dat een toename van CO<sub>2</sub>-uitstoot in de atmosfeer zou leiden tot een stijging van de temperatuur op aarde. Het klimaatvraagstuk van de opwarming van de aarde is dus eigenlijk al 120 jaar oud. Arrhenius won later nog de Nobelprijs voor scheikunde voor zijn bijdrage aan de fysische chemie. Hij was dus niet de eerste de beste wetenschapper. Toch heeft zijn theorie over het broeikaseffect weinig weerklank gehad.

---

<sup>1</sup> Punt 1.1, 1.2, 2.1 en 2.2 zijn voortgebouwd op de literatuurstudie uit drie voorgaande masterproeven over de duurzaamheidsproblematiek in Vlaanderen: 1) 1. Anne-Sofie Verheyen, "Kavel per kavel? Onderzoek naar duurzame alternatieven voor de klassieke verkaveling in Vlaanderen [masterproef]" (Katholieke Universiteit Leuven, 2012). 2) 1. Eline Daniels, "Sleutelen aan het landelijke woonideaal in Vlaanderen - Een ontwerpend onderzoek [masterproef]" (Katholieke Universiteit Leuven, 2013). 3) Vermunicht, A. (2013). 1. Anneleen Vermunicht, "De vrijstaande passiefwoning versus duurzame ruimtelijke ordening in Vlaanderen. Onderzoek naar de bestaande suburbane woningvoorraad in Vlaanderen [masterproef]" (Katholieke Universiteit Leuven, 2013).

## 1.1.2. DOORBRAKEN IN WERELDWIJDE AANDACHT VOOR DUURZAAMHEID

Ondanks Malthus' en Arrhenius' correcte voorspelling duurde het nog tot de jaren zeventig van de vorige eeuw voordat luidere stemmen klonken. In 1972 publiceerde de Club van Rome het befaamde rapport *'The limits to growth'*. Het rapport beweerde dat het tempo waaraan de groeiende bevolking consumeert, ervoor zou zorgen dat alle grondstoffen uitgeput zullen zijn tegen 2100, wat het einde zou betekenen van de moderne beschaving. Het besef dat er een einde is aan de (economische) groei, vooruitgang en bijhorend consumptiegedrag drong toen voor het eerst door. Het consumptiemodel gericht op groei leidt tot een steeds grotere ecologische voetafdruk en dat is onhoudbaar. De impact van dit bewustzijn werd versterkt door de confrontatie met de uitputting van olie bij het uitbreken van de oliecrisis nog geen jaar later. Alhoewel sommigen het rapport afdeden als overdreven doemdenken, gaf deze wel aanleiding tot een toenemende bekommernis voor het milieu<sup>8</sup>. Tijdens de jaren tachtig ontstond dan ook de term 'duurzaamheid', waarbij de nadruk vooral lag op de ecologische betekenis met thema's als energie, grondstoffen, lucht, water, bodem, licht, landschap, flora en fauna<sup>9</sup>.

Niet veel later publiceerde de Brundtlandcommissie, in het leven geroepen door de Verenigde Naties, het rapport *'Our Common Future'*<sup>10</sup>. Dit rapport, ook bekend als het Brundtlandrapport, vormt een tweede, belangrijke stem in het ontstaan van 'duurzaamheid'. Voor het eerst werd het begrip 'duurzame ontwikkeling' of *'sustainable development'* écht bekend bij een breder publiek<sup>11</sup>. De definitie klinkt als volgt:

*"Sustainable development is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs."*<sup>12</sup>

## 1.1.3. VERBREDING CONCEPT DUURZAAMHEID

Geleidelijk aan verbreedde het concept 'duurzaamheid'. De definitie van Brundtland overstijgt de zuivere milieuproblematiek en vestigt de aandacht ook op de ontwikkelingsproblematiek van sociale ongelijkheid en armoede. De aandacht voor het milieu bleef echter vaak hoofdzaak bij de invulling van het begrip 'duurzaamheid'. Om deze evolutie bij te sturen bedacht Elkington het PPP-model of het *'triple bottom line'*, waarbij zeer duidelijk *'planet'* of milieu slechts één element is van drie: *'people'*, *'planet'* en *'profit'*, die harmonieus gecombineerd moeten worden. De nadruk kwam zo te liggen op een meer integrale duurzaamheid: sociale, ecologische en economische overwegingen moeten in evenwicht zijn<sup>13</sup>. Op de wereldtop voor duurzame ontwikkeling in Johannesburg in 2002 werd *'profit'* veranderd in *'prosperity'*, om te vermijden dat men in naam van duurzaamheid achter puur economisch winstbejag kon gaan. *'Prosperity'* houdt een breder economisch begrip in, namelijk de maatschappelijke winst of welvaart van de maatschappij.

## 1.1.4. RECENTE INTERNATIONALE BELEIDSONTWIKKELINGEN

Op de *'Earth Summit'*, een conferentie georganiseerd door de Verenigde Naties in Rio de Janeiro in 1992, werd voor de eerste keer door maar liefst 172 landen een wereldwijd engagement aangegaan ten aanzien van duurzame ontwikkeling. Verschillende daaropvolgende conferenties resulteerden echter in teleurstelling (Johannesburg, Kopenhagen): nieuwe overeenkomsten moesten gemaakt worden voor na 2012, omdat dan het Kyoto-protocol ten einde liep, maar de grootste landen weigerden bindende doelstellingen aan te gaan. Ondertussen verschoof de aandacht bij de internationale conferenties van duurzame ontwikkeling naar de opwarming van de aarde<sup>14</sup>. De impasse rond de internationale beleidsontwikkelingen werd uiteindelijk verbroken in 2015 door het 'historische klimaatakkoord' in Parijs, waarbij 195 lidstaten zich juridisch ertoe verbinden de opwarming van de aarde tegen 2100 te beperken tot liefst 1.5°C en maximaal 2°C. Elk land moet

nu echter afzonderlijk de doelstellingen uit Parijs omzetten in een nationaal klimaatplan. Hiervoor moeten de oorspronkelijke klimaatplannen voor de Kyoto-doelstellingen aangescherpt worden. Verschillende mensen zijn echter sceptisch omdat er geen officieel sanctiemechanisme voorzien is voor het geval dat een land zich niet aan zijn afspraken houdt. Ondertussen is het klimaatverdrag wel al in werking getreden, wat een versnelling inhoudt ten opzichte van de initiële datum 2020. De oorspronkelijke datum kreeg dan ook veel kritiek omdat de oude klimaatplannen nog vijf jaar in uitvoering zouden zijn en dat meer directe maatregelen noodzakelijk zouden zijn om de opwarming van de aarde voldoende te beperken<sup>15</sup>.

De richting naar meer duurzaamheid is intussen overduidelijk, de precieze wegen die daarbij gevolgd moeten worden zijn echter nog niet zo duidelijk. De verschillende landen moeten zelf actie ondernemen om de klimaatplannen aan te passen, zoals besloten in het klimaatakkoord van Parijs. Het zal hierbij afhangen van de nationale overheden en politici om krachtige klimaatplannen op te stellen. Een belangrijk probleem dat zich hierbij stelt is dat het voor politici moeilijk is om duurzaamheid, dat vooral belangrijk is op de lange termijn, te verzoenen met de noden en verlangens op korte termijn.<sup>16</sup> Zo is voor politici ook het halen van stemmen een belangrijk aandachtspunt op korte termijn. Net daarom zijn politici sterk beïnvloedbaar door de mening van het grote publiek. Het draagvlak bij de burger is dus vaak bepalend voor beleid en besluitvorming. Als de burger het lange termijn-denken meer zou ondersteunen, zou politieke actie snel kunnen volgen<sup>17</sup>. In het volgende deel wordt het draagvlak voor duurzaamheid bij het beleid en de burger toegelicht.

## 1.2. Draagvlak voor duurzaamheid bij burger

Duurzaamheid is, ondanks de verschillende decennia van waarschuwing voor klimaatverandering en oproep tot duurzaamheid, nog niet de grootste prioriteit. Internationaal beleid en wetenschap staan ondertussen wel al ver. Het begrip ‘duurzame ontwikkeling’ heeft al een vaste plaats verworven, ook bij het Europese en Vlaamse beleid. Het zaadje is geplant, het idee leeft in de maatschappij. En toch stevenen we in Vlaanderen, en de rest van het Westen, niet pijlsnel af op een meer duurzame samenleving<sup>18</sup>. We weten al geruime tijd dat we het beter moeten doen en toch slagen we er nog steeds niet in onderliggende patronen aan te pakken en fundamentele veranderingen te realiseren. Albert Einsteins wijsheid komt hier goed van pas om de problematiek bloot te leggen:

*“The world will not be destroyed by those who do evil, but by those who watch them without doing anything.”*

### 1.2.1. GEBREK AAN AANDACHT BIJ BREED PUBLIEK

De werkelijkheid is dat de aandacht voor een duurzame levensstijl bij de brede bevolking vaak beperkt is. In Vlaanderen verwoordt Christoph Grafe, directeur van het Vlaams Architectuur Instituut, het als volgt in zijn vlugschrift ‘Dierbaar is duurzaam’:

*“Waarom houden we zo hardnekkig de ogen dicht? Waarom willen we niet zien dat er een fundamentele verandering in onze levenswijze nodig is?”<sup>19</sup>*

De beperkte aandacht voor klimaat en duurzaamheid doet zich overal ter wereld en bij iedereen voor. In de Verenigde Staten ontstaan zelfs heuse ‘climate denial’-bewegingen<sup>20</sup>. Ook Leonardo DiCaprio denkt dat er te weinig aandacht is voor het onderwerp bij een breed publiek:

*“We’ve known about this for centuries, for over half a decade. Try to have a conversation with anyone about climate change, people just tune out. And the problem seems to be getting worse and worse and worse...”<sup>21</sup>*

Bijna 45 jaar na het befaamde rapport van de Club van Rome, komen nieuwe publicaties van de Club van Rome zelfs niet of nauwelijks meer onder de aandacht. Nieuwe doemscenario’s lijken nog relatief weinig indruk te maken bij het grote publiek.<sup>22</sup> De jarenlange oproep door wetenschappers via het aanleveren van bewijzen en aantonen van mogelijke dramatische gevolgen krijgt weinig gehoor. De vele doemscenario’s hebben mentaliteit en gedrag nog niet voldoende veranderd<sup>23</sup>. Men kan zich afvragen waarom een grondige mentaliteitswijziging geen voet aan wal krijgt. Blijft echte daadkracht op nationaal niveau daarom uit? Ontbreekt het aan draagvlak, overtuiging en kracht van onderuit?

### 1.2.2. PROBLEMATISCH BEGRIP

Sommigen schrijven de inerte toestand omtrent duurzaamheid toe aan de problematische karakteristieken van het begrip ‘duurzame ontwikkeling’. Zowel ‘duurzaam’ als ‘ontwikkeling’ zijn brede begrippen en kunnen naar eigen believen ingevuld worden. ‘Duurzame ontwikkeling’ is bijgevolg een ‘containerbegrip’ geworden: zowat elk maatschappelijk debat kan onder ‘duurzame ontwikkeling’ geplaatst worden. Bovendien wordt het begrip steeds meer op een opportunistische manier ingevuld. Duurzame ontwikkeling wordt niet meer echt

genegeerd, maar soms net gebruikt of misbruikt als een soort *window dressing*, waarbij men het begrip een eigen invulling geeft<sup>24</sup>. Sommigen vragen zich af of het begrip ‘duurzame ontwikkeling’ dan nog een meerwaarde biedt. Christoph Grafe verwoordt het scherp: “Duurzaamheid is een toverwoord geworden, een premisse voor alles en iedereen die überhaupt succesvol wil zijn. [...] Het is echter een leeg begrip geworden waarmee we ons onvermogen bezweren om fundamenteel na te denken over hoe onze leefwijze moet veranderen.”<sup>25</sup>

Het voorgaande kan geïllustreerd worden met het afzonderlijke begrip ‘ontwikkeling’. Dit begrip wordt door sommigen beschreven als het toonbeeld van conceptuele onduidelijkheid: het kan zowel de constructie van een luxueuze wolkenkrabber betekenen, als het aanleggen van elementaire watervoorzieningen voor de één miljard mensen die het zonder moeten doen. Ontwikkeling kan kwantitatieve groei inhouden, alsook kwalitatieve verbetering. De eerste visie heeft sinds de jaren negentig de bovenhand. Dit betekent dat kwantitatieve groei ook als duurzame ontwikkeling wordt beschouwd, zo lang die groei maar duurzaam is. Eigenlijk moeten we evolueren naar ontwikkeling zonder groei.<sup>26</sup> Dát is de werkelijke betekenis van duurzame ontwikkeling.

Duurzame ontwikkeling is dus zonder twijfel een vaag en complex begrip. Onderzoek wijst uit dat de man op de straat niet goed mee is met wat het begrip precies inhoudt. Zelfs op beleidsniveau begrijpt niet iedereen heel goed wat het betekent<sup>27</sup>. Sommigen prefereren daarom de Zuid-Afrikaanse vertaling ‘volhoudbare ontwikkeling’, omdat deze term minder verwarring wekt en meer alomvattend wordt begrepen dan de term ‘duurzame ontwikkeling’.<sup>28</sup>

Daarnaast is duurzame ontwikkeling een ‘consensueel begrip’. Het is onmogelijk om ‘tegen’ duurzame ontwikkeling te zijn. Het is zoals ‘wereldvrede’. Bij dergelijke begrippen is het moeilijk om de noodzakelijke bewustwording en gedragsverandering te realiseren. Men blijft er vaak passief onder, aangezien gedacht wordt dat men er zelf geen fundamentele bijdrage aan kan leveren. Een actieve beweging komt slechts traag op gang. Het is een dus een ‘discoursbegrip’. Ondanks dat iedereen zegt duurzame ontwikkeling belangrijk te vinden, worden woorden zelden omgezet in daden. Zowel bij het beleidsniveau, als bij de burger.<sup>29</sup> “Uit alle enquêtes blijkt steeds dat de burger milieu, eerlijke handel, duurzame mobiliteit, *et cetera*, heel belangrijk vindt, maar uit alle statistieken blijkt dat men zijn eigen gedrag niet op een duurzame manier bijstuurt. Specifiek voor milieu formuleert de Vlaamse milieuadministratie het als volgt: 80% van de consumenten zegt milieubewust te willen kopen, maar slechts 20% doet het ook.”<sup>30</sup>

### 1.2.3. ALGEMEEN BELANG VS. INDIVIDUEEL BELANG

Een tweede potentiële oorzaak van de onbeweeglijkheid omtrent duurzaamheid is de klassieke spanning tussen het algemeen belang en het individueel belang. In wat volgt worden de verschillende elementen die bijdragen aan het spanningsveld tussen duurzaamheid en het individu blootgelegd.

#### TE WEINIG OOG VOOR ALGEMEEN BELANG

Het klassieke probleem bij duurzaamheid is dat het (meestal bekrompen) eigenbelang primeert boven het algemene belang. Zo wordt de gemeenschappelijke winst uit het oog verloren en dus ook de duurzaamheidsbenadering. Dit concludeerde Hardin al in 1968 in zijn artikel over ‘*the tragedy of the Commons*’<sup>31</sup>. Een integrale en duurzame aanpak vraagt om een gemeenschapsgevoel en collectieve solidariteit, die het individu overstijgen. In de werkelijkheid is er echter soms de onwil om ‘meer te doen’ en ‘meer op te geven’ dan een ander. De mens wordt gekenmerkt door een soort egoïsme, waarbij steeds een zo luxueus mogelijke situatie wordt nagestreefd en waardoor men zichzelf boven al het andere plaatst.<sup>32</sup>

#### SCHIJNBAAR ONAANTREKELIJK ALTERNATIEF

Een ander probleem dat zich stelt is dat duurzaamheid vaak draait om het verdelen van schaarste. Het draait om begrenzen. Men moet compromissen sluiten. De indruk is dan ook dat er klappen zullen vallen. Het leven



zou minder goed worden. Het alternatief is (schijnbaar) onaantrekkelijk en logischerwijze kunnen weinig mensen zich enthousiast opstellen om dit duurzame alternatief te aanvaarden. Christoph Grafe schrijft een stuk in zijn vlugschrift waarin hij het probleem raak verwoordt:

*“Als een nieuwe levenswijze inhoudt dat al onze verworven vrijheden, onze autonomie en individualiteit worden teruggeschroefd en gestandaardiseerd; als duurzaam leven economisch niet interessant is, niet esthetisch en niet plezierig, dan moet de orkaan in de verte al stevig aan het loeien zijn vooraleer iemand zich zal haasten om iets aan de klimaatopwarming te doen.”<sup>33</sup>*

De boodschap wordt dan ook zelden positief verpakt. Het moet niet verbazen dat mensen verlamd worden door deze negatieve boodschap. Het is een ‘schijnbaar’ onaantrekkelijk alternatief, want eigenlijk is het alternatief niet slechter, maar net leuker, kwaliteitsvoller en interessanter. Christoph Grafe noemt dit in navolging van McDonough en Braungart, schrijvers van het boek ‘Cradle to Cradle’, het falen van de verbeelding<sup>34</sup>. We zien geen haalbare en leefbare oplossingen. We mogen volgens hem echter niet tevreden zijn met een leven dat ‘minder’ is dan voorheen. “Minder slecht is niet goed genoeg.” We moeten de dingen goed doen en niet de foute dingen minder slecht maken<sup>35</sup>.

### **RELATIE TUSSEN ALGEMEEN BELANG EN INDIVIDUEEL HANDELEN ONVOLDENDE DUIDELIJK**

Daarnaast gebeuren klimaatveranderingen te traag, waardoor ze onvoldoende zichtbaar en concreet zijn. De gevolgen raken meestal ook niet aan het individu. Dit zorgt ervoor dat de situatie niet als problematisch wordt beschouwd. Vandevyvere beschrijft dit als verschillende vormen van ontkenning<sup>36</sup>.

Het ‘*boiling frog syndrome*’ is de eerste vorm van ontkenning. Het treedt op bij een probleem dat geleidelijk aan meer kritisch wordt, maar waarvan het veranderingsproces langzaam gebeurt, waardoor het zich in de aanloopfase niet duidelijk manifesteert. Bijgevolg treedt er gewenning op. Meestal wordt er pas gereageerd wanneer de gevolgen al ver gevorderd zijn. De schade wordt dan wel duidelijk, maar is op dat moment al onomkeerbaar<sup>37</sup>.

De tweede vorm van ontkenning wordt beschreven als de ‘comfort-inertie’. Dit is een psychologische component bij het individu die leidt tot een tendens van inactiviteit. “Zolang de gevolgen geen grote directe en voelbare invloed hebben op de persoonlijke welvaart en het individuele welzijn, zolang men niet hard op de grenzen botst of met een onleefbare situatie wordt geconfronteerd, worden de problemen van de baan geschoven of geminimaliseerd.”<sup>38</sup> Wederom ligt een soort egoïsme, een nadruk op individualiteit, aan de basis. Men wenst de verworven vorm van welvaart, ook al is deze niet duurzaam en dus onhoudbaar, niet op te geven. Bijgevolg zal men ook hier pas van plan zijn het eigen gedrag aan te passen wanneer het eigenlijk al te laat is<sup>39</sup>.

Beide vormen van ontkenning komen neer op het ontbreken van het begrip over de relatie tussen het individuele handelen en de globale gevolgen daarvan. In tegenstelling tot wat sommigen denken, heeft het globale, wereldwijde perspectief invloed tot op het niveau van het individu. De twee zijn rechtstreeks verbonden. Elke individuele keuze heeft invloed op planetaire schaal. Wanneer dit inzicht ontbreekt lijken de problemen enerzijds niet kritisch en anderzijds uit de macht van het individu. Er zijn nochtans een heleboel relatief makkelijke manieren om energie en grondstoffen te sparen of efficiënter te gebruiken. Men is er zich echter vaak niet van bewust dat deze vele kleine inspanningen wél een groot verschil kunnen maken<sup>40</sup>. Het draait dus niet alleen om ontkenning en onwil, maar ook voor een stuk om onwetendheid.

## 1.3. Conclusie

Hoewel er een sterke evolutie is geweest van het duurzaamheidsconcept, stormen we met de hele maatschappij nog niet af op een duurzame samenleving. Zoals iedereen kan vaststellen heeft de noodzakelijke mentaliteitswijziging en gedragswijziging nog niet voldoende plaatsgevonden. De evolutie naar een duurzame samenleving is zonder twijfel een complex verhaal. Er zijn verschillende verklaringsfactoren voor het nog steeds te beperkte draagvlak voor duurzaamheid. Zo is het begrip 'duurzaam' stilaan uitgehold. Daarnaast is er de gekende spanning tussen algemeen belang en individueel belang, die maatschappelijke uitdagingen kenmerkt. Beiden benadelen het draagvlak voor duurzaamheid en zorgen er mee voor dat duurzaamheid vandaag de dag nog niet breed genoeg ondersteund wordt.

---

<sup>1</sup> Elisabeth Rosenthal, "Ban calls climate change 'defining challenge of our age'", *The New York Times*, 17 november 2007, <http://www.nytimes.com/2007/11/17/world/europe/17iht-climate.1.8372066.html>.

<sup>2</sup> *Before the Flood*, 2016, [www.youtube.com/watch?v=90CkXVF-Q8M](http://www.youtube.com/watch?v=90CkXVF-Q8M).

<sup>3</sup> Jessica Blunden en Derek S. Arndt, "State of the Climate in 2015", *Bulletin of the American Meteorological Society* 97, nr. 8 (2016): Si-S275, <http://journals.ametsoc.org/doi/abs/10.1175/2016BAMSStateoftheClimate.1>.

<sup>4</sup> Oliver Milman, "Environmental Records Shattered as Climate Change 'Plays out before Us'", *The Guardian*, 2 augustus 2016, sec. Environment, <https://www.theguardian.com/environment/2016/aug/02/environment-climate-change-records-broken-international-report>.

<sup>5</sup> Thomas Robert Malthus, *An Essay on the Principle of Population - Vol. 1* (Londen; New York: J.M. Dent; E.P. Dutton, 1798); Johan De Tavernier, *De broosheid van het zinvolle* (Leuven: Acco, 2011), 161.

<sup>6</sup> *Earth Overshoot Day*, geraadpleegd 3 november 2016, [www.overshootday.org](http://www.overshootday.org).

<sup>7</sup> Svante Arrhenius, "XXXI. On the influence of carbonic acid in the air upon the temperature of the ground", *The London, Edinburgh, and Dublin Philosophical Magazine and Journal of Science* 41, nr. 251 (1896): 237-276, <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/14786449608620846>.

<sup>8</sup> Dries De Smet, "De alarmklokken komen uit Rome", *De Standaard*, 9 mei 2012, <http://www.standaard.be/cnt/hp3pqjtm>.

<sup>9</sup> Femke Adriaens, Martin Dubbeling, en Fred Feddes, *Duurzame stedenbouw: perspectieven en voorbeelden* (Wageningen: Blauwdruk, 2005), 20.

<sup>10</sup> G. H. Brundtland, *Our Common Future* (Oxford: Oxford University Press, 1987).

<sup>11</sup> Peter Tom Jones en Roger Jacobs, *Terra Incognita. Globalisering, ecologie en rechtvaardige duurzaamheid* (Gent: Academia Press, 2006).

<sup>12</sup> Brundtland, *Our Common Future*, 41.

<sup>13</sup> John Elkington, *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business* (Oxford: Capstone, 1998).

<sup>14</sup> LONDO, *Duurzame ontwikkeling: een multidisciplinaire visie*, 2de herz.dr. (Leuven: Acco, 2013).

<sup>15</sup> Kris Van Haver, "Zonder megabocht mist Vlaanderen de klimaatrein", *De Tijd*, 6 november 2016; Luc Standaert, "Euforie na historisch akkoord", *Het Belang van Limburg*, 14 december 2015.

- 
- <sup>16</sup> Adriaens, Dubbeling, en Feddes, *Duurzame stedenbouw*.
- <sup>17</sup> *Before the Flood*.
- <sup>18</sup> LONDO, *Duurzame ontwikkeling*.
- <sup>19</sup> Christoph Grafe, *Dierbaar is duurzaam: zes stellingen rond architectuur, cultuur en ecologie* (Antwerpen: Vlaams architectuurinstituut, 2011), 9.
- <sup>20</sup> *Before the Flood*; Futerra Sustainability Communications, "Sell the sizzle", 2010, <http://7e-model.be/wp-content/uploads/2015/01/Sellthesizzle.pdf>.
- <sup>21</sup> *Before the Flood*.
- <sup>22</sup> De Smet, "De alarmklokken komen uit Rome".
- <sup>23</sup> Futerra Sustainability Communications, "Sell the sizzle"; Chris Nelder, "Communication: Positive Energy", *Nature* 498, nr. 7454 (2013): 293–95.
- <sup>24</sup> LONDO, *Duurzame ontwikkeling*.
- <sup>25</sup> Grafe, *Dierbaar is duurzaam*, 7.
- <sup>26</sup> Jones en Jacobs, *Terra Incognita. Globalisering, ecologie en rechtvaardige duurzaamheid*.
- <sup>27</sup> LONDO, *Duurzame ontwikkeling*.
- <sup>28</sup> Eva Heuts en Erik Rombaut, *Duurzame stedenbouw in woord en beeld: gids met praktijkvoorbeelden voor de transitie naar een ecopolis* (Brugge: Die Keure, 2010).
- <sup>29</sup> LONDO, *Duurzame ontwikkeling*.
- <sup>30</sup> *Ibid.*, 24.
- <sup>31</sup> Garrett Hardin, "The Tragedy of the Commons", *Science*, nr. 3859 (1968): 1243–48, <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19390450903037302>.
- <sup>32</sup> Anne-Sofie Verheyen, "Kavel per kavel? Onderzoek naar duurzame alternatieven voor de klassieke verkaveling in Vlaanderen [masterproef]" (Katholieke Universiteit Leuven, 2012).
- <sup>33</sup> Grafe, *Dierbaar is duurzaam*, 10–11.
- <sup>34</sup> William McDonough en Michael Braungart, *Cradle to cradle: Remaking the way we make things* (London: MacMillan, 2010); Grafe, *Dierbaar is duurzaam*.
- <sup>35</sup> Grafe, *Dierbaar is duurzaam*.
- <sup>36</sup> Han Vandevyvere, "Strategieën voor een verhoogde implementatie van duurzaam bouwen in Vlaanderen. Toepassing op het schaalniveau van het stadsfragment [Doctoraat]" (Katholieke Universiteit Leuven, 2010), <https://lirias.kuleuven.be/handle/123456789/269336>.
- <sup>37</sup> *Ibid.*
- <sup>38</sup> Verheyen, "Kavel per kavel? Onderzoek naar duurzame alternatieven voor de klassieke verkaveling in Vlaanderen [masterproef]", 26.
- <sup>39</sup> Vandevyvere, "Strategieën voor een verhoogde implementatie van duurzaam bouwen in Vlaanderen. Toepassing op het schaalniveau van het stadsfragment [Doctoraat]".
- <sup>40</sup> Peter De Grootte, "Het einde van huisje, tuintje, boompje", *De Tijd*, 28 mei 2016; Verheyen, "Kavel per kavel? Onderzoek naar duurzame alternatieven voor de klassieke verkaveling in Vlaanderen [masterproef]".



# Hoofdstuk 2

## Duurzaam ruimtelijk beleid: dé uitdaging van Vlaanderen

**Inleiding.** Het Vlaamse woonpatroon is problematisch. Renaat Braem schreeuwde het al uit in 1968 in zijn pamflet 'Het lelijkste land ter wereld'. Daarin stelt hij het verkavelingsleven aan de kaak en pleit hij voor verdicht wonen en stedelijk leven<sup>1</sup>. Ondertussen is de situatie alleen nog maar dramatischer geworden. Vlaanderen heeft het hoogste percentage bebouwde oppervlakte in Europa. Momenteel bedraagt het ruimtebeslag ongeveer 33% (afhankelijk van definitie en berekeningswijze). Vlaanderen is daarmee drie keer zoveel volgebouwd als Wallonië en twee keer zo veel als Nederland. Dagelijks komt daar vijf à zes hectare bij, het equivalent van zo'n negen voetbalvelden. Als aan hetzelfde tempo open ruimte blijft ingenomen worden zal in 2050 41,5% van de beschikbare ruimte volgebouwd zijn. In 1976 (acht jaar ná de publicatie van Renaat Braem) was dit nog maar 7,2%<sup>2</sup>. De enorme hoge bebouwingsgraad heeft niet zo zeer te maken met een hoog inwonersaantal, maar meer met de versnippering en verlating van het wonen dat zich als een virus over Vlaanderen heeft verspreid sinds de jaren vijftig<sup>3</sup>. In vakjargon noemt men Vlaanderen een 'nevelstad' of '*sprawl*', omdat het wonen als een vernevelingswolk is, weinig gecondenseerd of verdicht. De term 'verstrooide stad', voor het eerst geïntroduceerd door Colenbrander<sup>4</sup>, vat het voor mij samen. Naast de letterlijke 'verstrooiing' of 'verspreiding' van het wonen, kan dit ook betekenen dat de Vlamingen verstrooid zijn: men is 'gedachteloos', 'geestelijk afwezig', 'zorgeloos' of 'dromerig'<sup>5</sup>. Een grote groep mensen weet niet meer hoe het is om stedelijk te wonen, ze zijn verknocht aan het leven in de verkaveling en denken er niet meer over na. Al hun zorgen smelten (eenmaal) in de verkaveling als sneeuw voor de zon.

## 2.1. Belang van duurzame ruimtelijke planning

Logischerwijze heeft de verstrooiing in Vlaanderen onvermijdbare gevolgen. De files zijn één van de meest urgente gevolgen, ze beïnvloeden dagelijks het leven van talloze mensen. In 2015 stonden we nog nooit zo lang in de file<sup>6</sup>. De files worden steeds langer en zwaarder, zowel op autosnelwegen als op gewestwegen. Bart Eeckhout, hoofdredacteur voor De Morgen, quoting: “Wie vandaag een huis met een boompje wil, koopt er zijn dagelijkse verloren tijd in de file bij.”<sup>7</sup> In dergelijk gefragmenteerd woonweefsel is het vanzelfsprekend onmogelijk om een economisch haalbaar en betaalbaar openbaar vervoer uit te werken. In 1960 konden we nog rekenen op 230 miljoen treinreizigers, in 2000 waren er dat nog maar 150 miljoen. Op een paar decennia tijd zijn we meer en meer afhankelijk geworden van de auto. Velen zijn zelfs uitsluitend aangewezen op de auto voor elke behoefte buitenshuis. Dit zorgt voor een enorme hoeveelheid individuele verplaatsingen die bijdragen aan het mobiliteitsinfarct<sup>8</sup>. De gevolgen van de versnippering gaan nog veel verder dan de mobiliteitscrisis: een groot aantal verkeersdoden, de hoge maatschappelijke kosten door de noodzakelijke aanleg van wegen en voorzieningen zoals riolering, water en elektriciteit, de invloed op de gezondheid door lawaaihinder en fijn stof, de verminderde toegang en aanwezigheid van uitgestrekte en ongerepte natuur, de visuele degradatie, de achteruitgang van de kwaliteit van lucht, water en bodem, overstromingsgevaar, het gebrek aan cultuur of sportinfrastructuur in het buitengebied, het uitdoven van dorpen, het failliet gaan van lokale ambachten door concurrentie met supermarkten, het ‘samenleven’ vermoedelijk ...<sup>9</sup>. De ‘verstrooide stad’ is als een ziekte die stilaan het leven in Vlaanderen aantast en degradeert.

De gevolgen van versnippering zijn bovendien niet alleen op Vlaams niveau: “Klimaatverandering, CO<sub>2</sub>-uitstoot, dalende biodiversiteit, tekort aan voedsel en water zijn niet de oorzaken maar de gevolgen van het basisprobleem, namelijk het feit dat de activiteiten van de menselijke soort een veel te groot beslag leggen op de beschikbare ruimte.”<sup>10</sup> Er is een duidelijke relatie tussen verschillende globale problemen en de manier dat men met ruimte en bebouwing omgaat in het Westen. De ruimte wordt letterlijk geconsumeerd naar goede, oude Westerse consumptiementaliteit. De ruimtelijke en bijhorende ecologische voetafdruk is bijgevolg enorm. En vooral in Vlaanderen. De inzet op duurzaamheid in de gebouwde omgeving zou, vanwege de grote impact, een belangrijk verschil kunnen betekenen voor de integrale duurzaamheid van de maatschappij. Loeckx en Martens beschrijven deze inzet onder de vorm van een definitie voor een duurzaam gebouwde omgeving, gelijkaardig aan de definitie voor duurzame ontwikkeling:

“een duurzaamheidstreven waarbij een verantwoorde en deskundige omgang met ruimte, energie, materialen en milieu onderdeel wordt van het creëren van een betekenisvol, inclusief en emanciperend woonmilieu dat zowel investeert in het heden als in de toekomst zonder de kansen van anderen te hypothekeren”<sup>11</sup>

De verkaveling of alleenstaande woning in het ‘groen’, dat aan de basis ligt van de verstrooiing in Vlaanderen, is allesbehalve een duurzaam model. Een model waarbij de voordelen vooral persoonlijk zijn en de nadelen gemeenschappelijk. Een model dat zorgt voor een meerverbruik in energie van zo’n 20 à 30% ten opzichte van het gemiddelde in Europa. Een meerverbruik dat louter te wijten is aan de mobiliteit en de verwarming van vrijstaande gebouwen<sup>12</sup>. Toch overheerst het verkavelingsmodel nog steeds het Vlaamse landschap. We bouwen en renoveren met z’n allen voort in suburbaan en ruraal gebied, zowel in reeds bebouwde zones als in nieuwe uitbreidingsgebieden. Mentaliteit wijzigt traag en beleid volgt op dito wijze.

## 2.2. Historisch gegroeide problematische omgang met ruimte

### 2.2.1. VERKLARINGSFACTOREN VOOR ANTI-STEDELIJKE MENTALITEIT

Natuurlijk is het allemaal niet zo simpel als het lijkt. De beperkte stedelijkheid en continu suburbaan georiënteerde woonbeweging komen niet uit de lucht gevallen<sup>13</sup>. Ze zijn het concrete resultaat van 150 jaar aan bewuste processen en meer onbewuste, diepgaande invloed van de Westerse mentaliteit. Volgens sommigen zitten de kiemen ervan zelfs in de oorspronkelijke middeleeuwse nederzettingsstructuur in het Vlaamse landschap. Vele uiteenlopende factoren hebben dus geleid tot de ordening van de ruimte die zich vandaag in Vlaanderen voordoet. In een poging verschillende aspecten aan te raken volgt hier een uitgebreide vertelling.

#### **'DNA' VAN VLAANDEREN: AANLEIDING VOOR EEN ANTI-STEDELIJKE MENTALITEIT?**

De oudste wortels van de verspreide bebouwing in Vlaanderen gaan terug tot de vroege Middeleeuwen. Vanaf de 11<sup>e</sup> eeuw begon de verstedelijking in Europa sterk toe te nemen<sup>14</sup>. Door de goede ligging van Vlaanderen in het delta van de Rijn en de Schelde, een gebied met een vruchtbare en productieve bodem, werd Vlaanderen een economisch welvarende regio. Er ontstond een bloeiende internationale handel, mede dankzij het minimale reliëf en de goede ligging. Deze lieten namelijk een eenvoudig transport van goederen toe. De goederen werden niet alleen naar het buitenland verhandeld, maar ook tussen de steden in Vlaanderen zelf. In onze regio waren verschillende functies (industrie, handel, ...) over verschillende middelgrote en kleine steden verdeeld. Een fijn vertakt netwerk van bevaarbare rivieren en wegen verbond de verschillende steden zodat de goederen tamelijk goedkoop van de ene stad naar de andere vervoerd konden worden. Stad en platteland waren bovendien van elkaar afhankelijk voor de productie en handel van grondstoffen, voedsel en textiel. Er ontstond daardoor een complementair economisch systeem tussen steden en hun omliggende gebieden. Het gehele territorium in Vlaanderen werd ingeschakeld in de stedelijke economie<sup>15</sup>.

Vele kleine dorpjes zijn in de Middeleeuwen ontstaan doordat landbouwbedrijven hun woning langs de weg plaatsten<sup>16</sup>. Fysische factoren, landbewerkingsstrategieën en nadien ook landschappelijke dragers als beken, wegen en dijken stuurden op bepaalde plaatsen een lineaire ontwikkeling aan. Het nederzettingsspatroon bestond dus al zeer vroeg uit een verspreide bebouwing van steden met daartussen een keten van dorpen en rurale nederzettingen die het platteland penetreerden<sup>17</sup>. Het lineaire karakter van de eerste dorpen en gehuchten zouden volgens sommigen de aanleiding zijn van de Vlaamse lintbebouwing<sup>18</sup>. Door de gunstige bodemeigenschappen kon namelijk elk stuk goed ontsloten grond bebouwd worden. Steenwegen, die oorspronkelijk louter geconstrueerd werden als interstedelijke verbindingen, vielen zo ten prooi aan de lintbebouwing<sup>19</sup>.

Het Middeleeuwse netwerk vormt zodus de basis voor het fijnmazige en polycentrische systeem met bebouwingskorrels en bebouwingslinten<sup>20</sup>. Dit 'DNA' is volgens sommigen sindsdien niet meer gewijzigd, "maar wel in golven en op drastische wijze geïntensiveerd"<sup>21</sup>. Het 'DNA' mag echter geen argument zijn om de huidige verspreide bebouwing in Vlaanderen goed te praten. De situatie van vandaag is voor een groot stuk gestimuleerd vanuit het beleid, los van het 'DNA' (zie volgende punten). De situatie is bovendien onhoudbaar en móet teruggekeerd worden. De acceptatie ervan is onaanvaardbaar<sup>22</sup>.

#### **EERSTE VORMEN VAN (ANTI)RUIMTELIJK BELEID EN DE BASIS VAN DE ANTI-STEDELIJKE MENTALITEIT**

De eerste sporen van een (antiruumtelijk) beleid traceren terug tot de 19<sup>e</sup> eeuw. Door de toenemende industrialisering groeide de vraag naar arbeiders. De fabrieken stonden namelijk in of naast de stad en

openbaar vervoer bestond nog niet, waardoor arbeiders van het platteland naar de stad moesten verhuizen. De steden kenden daardoor een enorme bevolkingsgroei en bijhorende woningnood. Deze gaf aanleiding tot erbarmelijke, stedelijke toestanden van huisjesmelkerij, beluiken, huurkazernes, ...<sup>23</sup>. De anti-stedelijke mentaliteit stak toen voor het eerst de kop op. De situatie in de steden in de 19<sup>e</sup> eeuw zorgde voor een nieuwe appreciatie voor 'schone lucht', het 'gezonde buitenleven' en de 'ongerepte natuur'. De stad betekende vervuiling, drukte, stress, congestie en onpersoonlijkheid; een groot contrast met de ruimte, licht, lucht, groen, rust, authenticiteit en sociale cohesie die men terugvond op het platteland. Dit leidde tot de eerste golf van suburbanisering: de burgerij ontvluchtte de dichtbevolkte stad om in alleenstaande woningen in de groene randen te gaan wonen<sup>24</sup>.

De onhoudbare toestand in de stad baarde politici en economische zwaargewichten zorgen. Hoe kon men de protesterende arbeiders bedaard en werkende houden? De overwegend katholieke en liberale politici hadden bovendien schrik voor de mogelijke heerschappij van de zopas ontstane socialistische beweging die veel invloed zou kunnen hebben op de onbeheersbare arbeidersconcentraties in de stad<sup>25</sup>. De oplossing bestond enerzijds uit een uitgebreide mobiliteitspolitiek: het spoorwegennet werd verder ontwikkeld en gebruikt om het platteland te ontsluiten. Zo konden, naast goederen, ook arbeiders dagelijks heen en weer vervoerd worden<sup>26</sup>. Aldus de geboorte van de pendelarbeid in Vlaanderen. Anderzijds ging men een huisvestingspolitiek organiseren. Daarbij werd de eerste huisvestingswet opgesteld in 1889. Deze was exclusief gericht op de arbeidersbevolking en diende om de individuele eigendomsverwerving van nieuwbouwwoningen te stimuleren<sup>27</sup>. Grondverwerving en woningbezit werd op die manier gebruikt door de heersende klasse om sociale vrede en politieke rust te genereren. De eerste groene woonwijken werden toen gebouwd. "Sociale controle wordt versteend, stedenbouw wordt verlandelijk, eigendom wordt opium voor het volk." <sup>28</sup> De maatregelen vanuit de mobiliteits- en huisvestingspolitiek zorgden ervoor dat de steden niet echt groter werden en genereerden een nieuwe vorm van verstedelijking, waardoor de nabijheidsrelatie tussen wonen en werken werd verbroken. "Een bevestiging van het kleinstedelijke netwerk en een sluipende 'verstedelijking' van het Vlaamse 'platteland' waren het resultaat." <sup>29</sup>

Grote interventies gebeurden pas na WOI, toen de Nationale Maatschappij voor Goedkope Woningen (NMGW) werd opgericht in 1919 voor het bouwen van huur- en koopwoningen in de stad. Als tegengewicht ontstond in 1935 de Nationale Maatschappij voor de Kleine Landeigendom (NMKL) die de plattelandsvlucht wouden tegen gaan, vooral in dorpen zonder treinaansluiting<sup>30</sup>. Voornamelijk de katholieken schilderden de steden af als oorden van verderf en wouden arbeiders op het platteland houden, omdat het leven daar beter en stabiel zou zijn<sup>31</sup>. Bovendien kon de lokale pastoor daar de controle houden over de arbeiders. De klassieke woondilemma's zijn intussen zeer duidelijk: individueel vs. collectief, stad vs. dorp-platteland, particulier initiatief vs. overheidsoptreden, eigendom vs. huur. Deze dilemma's komen overeen met ideologische en politieke lijnen: de socialisten zetten in op 'collectief, stad en gesubsidieerde huur', terwijl de katholieken zich scharen achter 'individueel, dorp en eigendom met overheidssteun' <sup>32</sup>.

Het was dus vooral vanuit katholieke hoek dat veel geld werd vrijgemaakt in het interbellum om private eigendom en individuele woningbouwprojecten te stimuleren. Langzamerhand werd op die manier aanleiding gegeven tot een tweede golf van suburbanisatie, die een nieuw residentieel tussengebied deed ontstaan, de suburbane gordels rond de steden. De arbeiders mogen in de rand gaan wonen, die ontsloten werden door een breed georganiseerd openbaar vervoer. Stedelijke concentratie werd op die manier wederom gestopt, terwijl de industrie goed bleef draaien<sup>33</sup>. De anti-stedelijke mentaliteit bereikte de arbeidersklasse. "De socialisten zijn niet tegen: in de rand kan de arbeider genieten van de voordelen van de stad, terwijl hij gezonde lucht in een groene omgeving inademt. Het interbellum zet zo onomkeerbare bewegingen in gang. Buitenwijken worden de norm, de binnenstad mag verkrotten en het individualisme primeert op de verpauperende collectieve voorzieningen van de stad." <sup>34</sup>

Na de tweede wereldoorlog moest Europa heropgebouwd worden. Woningbouw werd ingezet als oplossing voor de grote woningnood, maar ook als motor voor economische groei die werkgelegenheid en stijgende welvaart met zich mee bracht. Zowel het katholieke als het socialistische woondenken bleven bestaan na 1945,



waardoor in België wetten werden doorgevoerd om zowel private als publieke huisvesting te bevorderen. Respectievelijk de Wet De Taeye uit 1948 en de Wet Brunfaut uit 1949 werden in het leven geroepen. De twee wetten, in combinatie met de Wet op de Krotopruijing, waren er op gericht een maximum aan gezinnen in een comfortabele woning te voorzien. Terwijl in de meeste Europese steden vooral uitgebreide publieke huisvestingsprogramma's werden opgesteld in navolging van de modernisten die deze woonconcepten in het interbellum hadden ontwikkeld, was de socialistische Wet Brunfaut weinig effectief als hefboom in Vlaanderen. In het overwegend katholieke en landelijke Vlaanderen zou, onder leiding van de Christelijke Volkspartij (CVP), vooral de katholieke wet De Taeye een groot succes zijn<sup>35</sup>. Deze wet stimuleerde de bouw van een eigen eengezinswoning door het uitreiken van gunstige leningen en overheidspremies aan Vlaamse gezinnen<sup>36</sup>. Voor het verkrijgen van deze subsidies moest wel aan bepaalde voorwaarden voldaan zijn, maar kortom betekende de wet dat steeds meer mensen met een bescheiden inkomen de stap naar eigendom konden zetten<sup>37</sup>. Het verwerven van een woning op het platteland zou volgens toenmalig CVP-minister Alfred De Taeye "morele verheffing, sociale vrede en geluk" genereren<sup>38</sup>. Het draaide niet meer alleen om het voorzien van huisvesting an sich, maar "de inrichting – letterlijk en figuurlijk – van het leven en in de eerste plaats van het familieleven stond op de agenda." <sup>39</sup> De individuele gezinswoning, een katholiek middel dat socialistische bolwerken tegen trachtte te houden.

Door de Wet De Taeye zou het privé-initiatief aan de basis liggen van de wederopbouw van Vlaanderen en het verspreiden van het suburbane model over onze regio vanaf de jaren vijftig. Dorpen werden residentiële vlekken van gevarieerde 'De Taeye'-woningen en een door de overheid gestuurd ruimtelijk plan ontbrak. Het beleid was bovendien niet langer strikt voorbehouden voor arbeiders, maar richtte zich tot de hele werkende bevolking. De private 'De Taeye'-woningen werden gebouwd in verkavelingen rond dorpen met een treinstation, die arbeiders én nieuwe pendelaars voor de groeiende dienstensector in het 'dorp' hielden. Waar het vroeger ging om het afremmen van de stedelijkheid door migrerende arbeiders, ging men nu bewust de suburbanisering van de hele middenklasse mogelijk maken<sup>40</sup>.

#### **PROMOTIE: HET BEVORDEREN VAN DE ANTI-STEDELIJKE MENTALITEIT**

De anti-stedelijke mentaliteit die tijdens het interbellum reeds bij arbeiders werd gestimuleerd, werd na de oorlog verder verspreid over de middenklasse. In de jaren vijftig zou het bescheiden rijkdom of de kleine villa in landelijke omgeving hét welvaartsideaal worden<sup>41</sup>. "Wie woont in een eigen huis met tuin klimt op de sociale ladder, maar realiseert zijn gezinsideaal met anti-stedelijk en anticollectief denken."<sup>42</sup> Alleen als het financieel of sociaal niet veroorloofd was, bleef men in de stad. De anti-stedelijke mentaliteit bereikte daardoor nieuwe hoogtes. De woontorens aan de rand van de steden zouden op termijn dan ook enkel nog bewoond worden door de armste mensen, wat mede het slechte imago van de steden kracht bij zette<sup>43</sup>.

Belangrijk om te beseffen is dat deze anti-stedelijke mentaliteit mede werd gevormd door propaganda bij een breed publiek. "Een woning op het platteland is een gelukkige woning!", pochte in 1950 een advertentie van de Nationale Maatschappij voor de Kleine Landeigenaren" <sup>44</sup>. Els De Vos legt in haar boek 'Hoe zouden we graag wonen?' bloot dat de middenveldorganisaties vanaf de jaren vijftig een belangrijke rol speelden bij het promoten van het suburbane woonmodel. Organisaties als de Boerinnenbond en de KAV waren invloedrijke socio-culturele organisaties en "droegen bij tot een woning die door de massa als 'degelijk', 'praktisch' en 'gezellig' werd gepercipieerd en koppelden die woning op subtiële wijze aan de Vlaamse identiteit."<sup>45</sup> Ze promoveerden de individuele, eigen woning in de kleine, rurale gemeentes en sloten zo aan bij het idee van de katholieken dat een terugkeer naar de christelijke waarden van het gezin bevorderlijk zou zijn voor de samenleving. Ze gebruikten hun eigen ledenmagazines als middel voor promotie en later werden zelfs modelwoningen gebouwd om het volk te kunnen overtuigen.



Figuur 2.1: brochure van de boerenbond uit 1975

## OPKOMST VAN DE AUTO EN DE FERMETTE: HET TOPPUNT VAN DE ANTI-STEDELIJKE MENTALITEIT

*The Golden Sixties* arriveerden. Stijgende welvaart en koopkracht leidden tot de democratisering van het autobezit. Vanaf de jaren zestig maakte de trein dan ook plaats voor de auto, een nieuw en almachtig transportmiddel dat het begrip 'nabijheid' ingrijpend veranderde: 'nabijheid' wordt gemeten in termen van tijd in plaats van afstand. Sindsdien werd het wegennet bepalend voor de mogelijke ontwikkeling van verkavelingen. Goedkopere en verder van de stads- en dorpskernen gelegen gronden werden kwistig aangesneden, waardoor de suburbanisatie steeds verder uitdijde. De afstand tussen woning, werk en voorzieningen kon toenemen door de toegenomen nabijheid dankzij de auto. Bovendien was de overheid zeer 'klantvriendelijk' door een autovriendelijke fiscaliteit te organiseren, die pendelen goedkoop maakte, en door bijkomend te investeren in de uitbouw van een fijnmazig infrastructuurnetwerk van autowegen en elektriciteit. Alle steden en regio's werden zo eenvoudig bereikbaar met de auto en lieten de volledige inbeslagname van het platteland toe<sup>46</sup>.

Voor het eerst deed men wel een poging planmatig te handelen: de 'Organieke wet op de stedenbouw en de ruimtelijke ordening' uit 1962 moest het gebrek aan ruimtelijk beleid in het verleden goedmaken. Deze wet had echter een belangrijk averechts effect: "het procedureel vastleggen en dus het faciliteren van verkavelingen leidt tot nog meer grote sociale en private woon-uitbreidingen en dus tot nog meer consumptie van landelijke grond."<sup>47</sup> Wat volgde is de gekende chaotische wildgroei aan verkavelingen: linten werden verder dicht gebouwd en mazen werden opgevuld<sup>48</sup>. Er was sprake van een heuse verkavelingsexplosie, waardoor wonen ook een grootschalige economische activiteit werd. De verkavelaars werden ontwikkelaars. "Die maken van het sleutel-op-de-deurmodel het dominante woningproduct. Zelf bouwen wordt vervangen door zelf kiezen uit een catalogus, vol vrijstaande kleinburgerlijke woningen in een suburbane omgeving."<sup>49</sup>

Met de stedelijke middenklasse op het platteland ontstond in de jaren zestig ook een nieuw woningtype: de fermette. De middenklasse was dol op de fermette omdat het symbool stond voor nostalgie, maar ook voor welvaart en sociale promotie. De fermette betekende enerzijds een terugkeer naar 'landelijke stijl', de woning moest eruit zien als een boerderij om het 'landelijke wonen' te accentueren. Anderzijds bestond de fermette uit een functionele indeling, eenvoud, gebruiks- en onderhoudsvriendelijkheid, hedendaags comfort en voorziening. Zowel uitzicht als indeling van de fermette kon afgestemd worden op de persoonlijke smaak van de bewoner. De fermette paste uitstekend binnen de encensering van het nieuwe leefklimaat en werd zeer populair<sup>50</sup>. De verkavelingen reduceerden echter het contact met de omgeving tot een verbinding met de auto.

Dat de ferme en de verkaveling geen bijdrage leverden aan het publieke leven en stedelijk weefsel was niemand een zorg. “Wonen is zich isoleren geworden.”<sup>51</sup> Dat de suburbanisatie zelfdestructief zou kunnen zijn was evenmin een zorg. Toch is het zo: de enorme verkavelingsdrang heeft de ruimte opgedeeld en verkleind. We hebben nu geen goede steden én geen natuur meer<sup>52</sup>. De “suburbanisatie eet zijn eigen jongen op” aldus Filip Canfyn:

“De groeiende behoefte aan groen en rust en landelijkheid, wat de suburbanisatie sociologisch onderbouwt, en het schaarser worden van goedkope bouwgronden, wat het rendement van de suburbanisatie onderlijnt, leiden niet alleen tot met nieuwbouw overrompelde, vervreemde slaapdorpen, maar vooral tot het wegvallen van dat groen en die rust en die landelijkheid, waar het toch allemaal om te doen is.”<sup>53</sup>

Aan de suburbanisatie kwam duidelijk geen progressief, goed doordacht stedelijk of ruimtelijk beleid te pas. De disciplines stedenbouw en ruimtelijke ordening waren amper ontwikkeld in België en stuurden de woningproductie slechts uiterst rudimentair aan<sup>54</sup>. Ideologie, politiek en economie waren de leidende motieven. Het effect van de totale woningbouw op de bredere leefomgeving was totaal niet belangrijk<sup>55</sup>. De auto en de populariteit van de ferme hebben het mogelijk gemaakt dat er een hoogtepunt in anti-stedelijke mentaliteit ontstond, die zich in Vlaanderen doorheen de jaren ruimtelijk heeft kunnen vertalen in een hoogtepunt van ruimte-consumptie.

#### **DIEPGAANDE CULTURELE INVLOEDEN ALS VERKLARING VOOR DE (ANTI-STEDELIJKE) MENTALITEIT**

Het huisvestingsbeleid dat vanuit christelijke overwegingen het individuele gezin centraal plaatste en daarbij geen vragen stelde over de bijhorende inbeslagname op de ruimte door al die afzonderlijke eengezinswoningen getuigt van een antropocentrische wereldvisie. Dit is niet alleen in Vlaanderen een probleem, vele culturen zijn ingesteld volgens het antropocentrisme. Daarbij wordt de mens tot dominante heerser geopperd. Niet-antropocentrische culturen, zoals bijvoorbeeld bepaalde Indianenstammen uit Noord-Amerika, beschouwen zichzelf als ‘gasten’ op de aarde en vinden dat de mens de aarde niet kan bezitten of ongebreideld exploiteren. Leo Van Broeck ziet het antropocentrische wereldbeeld als een belangrijke culturele oorzaak van onze zwakke ruimtelijke traditie. Nog steeds is het ‘bezit’ over de aarde of het eigendomsrecht quasi onaantastbaar voor de Vlaming. De Westerse antropocentrische mentaliteit en de politieke steun voor eigendomsverwerving hebben ervoor gezorgd dat het ‘verknijpte’ eigendomsrecht vast gebetonneerd zit in onze Vlaamse culturen en instituten sinds het einde van de 19<sup>e</sup> eeuw<sup>56</sup>. Van Broeck koppelt ook een katholieke grondslag aan het antropocentrisch ruimtegebruik in het Westen. Zo ligt de filosofie van het ‘dualisme’, de scheiding tussen materie en geest, aan de basis van vele theïstische religies. Deze filosofie erkent grote waarde aan de geest, hemel en ziel; maar minder aan materie, lichaam en aarde. Zo devalueert het dualisme “materie en ‘bodem’ tot een product dat ongebreideld mag vermarkt worden”<sup>57</sup>. Kortom, het antropocentrisme leidt tot een problematische omgang met ruimte in vele Westerse landen.

Daarnaast zou de Vlaming ook sterk gevormd zijn door gebeurtenissen uit de geschiedenis: na eeuwen van bezetting door het Spaanse en het Oostenrijks-Habsburgse Keizerrijk en daarna ook Nederland, zou de Vlaming zijn eigenheid en individuele vrijheid zeer belangrijk vinden. Volgens sommigen is dit een verklaring voor het verschil tussen de laissez-faire mentaliteit in Vlaanderen en de planmatige mentaliteit in Nederland<sup>58</sup>. De koppige Vlaming heeft mede daarom een “verlangen naar eigendom van een woning en het zelf ‘ontwerpen’ van deze woning naar eigen wensen, de spreekwoordelijke Vlaamse ‘baksteen’ in de maag”<sup>59</sup>. Deze koppigheid kan ook herkend worden in de neiging van de Vlaming om wetten en reglementen slechts sceptisch te accepteren of zelfs te willen omzeilen<sup>60</sup>. De Vlaming heeft de vrijheden dan ook in toenemende mate verworven. De ferme was de ultieme realisatie van deze vrijheid, een woning volledig afgestemd naar persoonlijke smaak. Het resultaat is echter de grote vormelijke en stilistische diversiteit en ruimtelijke versnippering in Vlaanderen vandaag<sup>61</sup>.

De individualisering, een trend die al op gang komt sinds de 18<sup>e</sup> eeuw, is een laatste belangrijke diepgaande culturele factor. Deze individualisering zou pas in de 20<sup>e</sup> eeuw zich duidelijker aftekenen door het bloeiende

kapitalisme. De traditionele samenleving, regels en patronen, maakten plaats voor een moderne samenleving waarin het individu vrij was<sup>62</sup>. Daardoor werden individualiteit, persoonlijke ontwikkeling en bijgevolg succes en status steeds belangrijker. Het toenemende verlangen naar eigendom en bijhorend privaat landgebruik zou hier ook door te verklaren zijn<sup>63</sup>. Later zou de toevoeging van de valse 'poort' en de garage eenzelfde uiting zijn van dit fenomeen: men wil zijn verworven status tentoonstellen via de auto, het nieuwe statussymbool<sup>64</sup>. Het individualiseringsproces wordt weerspiegeld in de ontwikkeling en de oriëntatie van het wonen in de verkaveling, waarin de auto het heeft overgenomen en sociale contacten met de buurt worden beperkt. Vroeger was de woning steeds naar de straat gericht, maar aan het einde van de jaren zestig begon de woning zich hiervan af te keren, waarbij de garage als een letterlijke en figuurlijke buffer tussen het private en publieke domein werd gebruikt.

Het gevoerde politieke beleid (of eerder gebrek aan ruimtelijk beleid) heeft ervoor gezorgd dat het individuele initiatief en woonkeuzes van gezinnen bepalend werden voor de ruimtelijke ontwikkeling in Vlaanderen: het alomtegenwoordige verspreide en lineaire bebouwingspatroon<sup>65</sup>.

“Deze massale inname, de kolonisatie van het platteland door de middenklasse - ook al gebeurde ze in verspreide slagorde, ook al was ze ruimtelijk ongeorganiseerd en het chaotische resultaat van duizenden en duizenden individuele beslissingen - werd niettemin duidelijk geïnitieerd door de overheid.”<sup>66</sup>

Het beleid heeft door een sterke eigendomspolitiek ervoor gezorgd dat diepgaande culturele invloeden als antropocentrisch ruimtegebruik, individualisering en verlangen naar eigenheid zich konden verankeren in de Vlaamse woontraditie. Het woonideaal is voor velen een realiteit geworden en heeft zich jarenlang kunnen verspreiden. De alleenstaande woning in het groen en de bijhorende verworven vrijheden zijn ondertussen een belangrijk deel van de Vlaamse wooncultuur geworden.<sup>67</sup>

De situatie van vandaag moet dan ook steeds bekeken worden als een combinatie van lokale geschiedenisvorming, politieke beslissingen, vooruitgang in technologie, maar ook individuele keuzes, achterliggende culturele invloeden en niet te vergeten brede propagandavoering. Het verhaal van het kip en het ei komt boven. Heeft het beleid gevolgd wat het volk wou of heeft het volk zijn zin gedaan omdat het toch allemaal mocht van het beleid? Heeft propagandavoering beïnvloed wat het volk zou willen of heeft propaganda gekeken naar wat het volk wou en daar populistischer-wijze op ingespeeld? Een sluitend antwoord op deze vragen is er niet. Er werd in het voorgaande wel getracht om op een alomvattende manier de verschillende invloeden op het ruimtegebruik in Vlaanderen toe te lichten en te verklaren hoe de huidige toestand van de ruimte tot stand is gekomen.

## 2.2.2. GROEIEND BESEF VAN DE ONHOUDBARE RUIMTELIJKE VERROMMELING

Anno 2016 blijkt dat de verstedelijking van het platteland nog niet teruggekeerd of zelfs gestopt is kunnen worden. Heeft niemand dan proberen in te grijpen? Natuurlijk wel. Sinds de jaren zeventig drong het besef van het problematisch karakter van de verspreide bebouwing langzaam door. De kiemen voor het streven naar een meer duurzame ruimtelijke ordening in Vlaanderen ontstonden toen.

### **GROEIEND BESEF**

Tot het einde van de jaren zestig beseften men niet dat de verspreide bebouwing op vele vlakken een verslindend model is. De middenveldorganisaties, die de suburbane woning aanprezen vanaf de jaren vijftig, bejammerden wel de versnippering van de open ruimte, maar schatten de sociale voordelen die het landelijk wonen met zich mee bracht groter in. Volgens Els De Vos stonden ze nauwelijks stil bij het feit dat dit woonmodel ook een grotere consumptie van energie, brand- en grondstoffen betekende<sup>68</sup>.

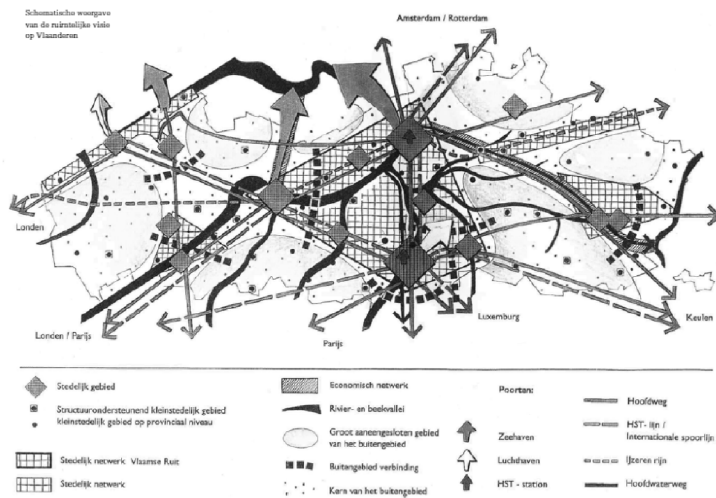
Rond 1970 kwam er zowel internationale als nationale aandacht voor de kwestie. Enerzijds begon het duurzaamheidsdiscours internationaal op gang te komen door de Club van Rome. De economische crisis sloeg toe waardoor benzine en autorijden duurder werd. Het besef groeide sindsdien dat de aarde misschien niet op antropocentrische wijze toebehoort aan de mensen, maar dat de mens van de aarde is en dat daar plichten en verantwoordelijkheden bijkomen in plaats van rechten<sup>69</sup>. Anderzijds begonnen enkele architecten luider te roepen om de verkaveling en verlinting van Vlaanderen stop te zetten. Renaat Braem klaagde in zijn pamflet 'Het Lelijkste land ter wereld' de versnippering van de ruimte en het verval van de stad aan. 'Lelijk' omdat de woonproductie stedenbouwkundig een ondoordachte chaos was en omdat de populaire, 'landelijke' woning niet in overeenkomst was met de 'mooie', modernistische principes<sup>70</sup>. Dit boek kreeg, mede door zijn *catchy* titel, de nodige aandacht bij collega's en in de media. Het boek had dus een impact bij het professionele én het brede publiek. Ook architectuurtheoreticus Geert Bekaert schreef al in 1971 over de bezwarende gevolgen van de Wet De Taeye: "Heel deze vrij consequente politiek heeft tot niets anders geleid, kon tot niets anders leiden, dan tot een geleidelijke afbraak, een volledige degradatie van het woonmilieu."<sup>71</sup>

Sindsdien bestond er een breed verspreide notie van de problematiek. In de praktijk veranderde er echter weinig. De anti-stedelijke houding bleef bestaan<sup>72</sup>. Wel werd in 1971 'Levend Land' opgericht, een tijdschrift dat aandacht had voor thema's van ruimtelijke ordening. Via het tijdschrift sloegen ingenieur-architect en stedenbouwkundige Charles Vandermeersch en socioloog en stedenbouwkundige Louis Albrechts erin om een draagvlak te genereren voor hun ideeën die later aan de basis zouden liggen van het Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen.

#### **RUIMTELIJK STRUCTUURPLAN VLAANDEREN: TOTSTANDKOMING VAN EERSTE ECHTE RUIMTELIJK BELEID**

Het eerste échte planmatig ingrijpen in Vlaanderen kwam tot stand door een toegewijde inzet van een kleine groep stedenbouwkundigen die met planning in Vlaanderen bezig waren vanaf de jaren zeventig, o.a. via het tijdschrift 'Levend Land'. Deze stedenbouwkundigen, waaronder grondleggers van het Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen Louis Albrechts en Charles Vandermeersch, beseften dat de toenmalige planningsmethoden, de bodembestemmingsplannen zoals de gewestplannen en de plannen van aanleg, te onaangepast waren om structurele veranderingen en ruimtelijke transformaties teweeg te kunnen brengen. Men moest "een meer toekomst-, actie- en beleidsgerichte planning met een meer geïntegreerd, flexibel en open karakter" ontwikkelen<sup>73</sup>. Er was nood aan wat men 'strategische' of 'voluntaristische' planning noemde. Later zou dit evolueren naar de structuurplanning die de basis vormt van het Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen (RSV). Bovendien zorgde de politieke context uit de jaren zestig dat overleg met de burger steeds belangrijker werd. Het **superioriteitsdenken van de planner**, wiens technische kennis en rationaliteit tot dan toe centraal stonden in de planning, werd daardoor voor het eerst doorbroken. Ze beseften dat een draagvlak bij de gewone bevolking noodzakelijk is om het traditionele ruimtelijke gedrag bij te kunnen sturen. De **kennis van de burgers een plaats geven in het ruimtelijk planningsproces en draagvlakcreatie** was een bijkomende uitdaging voor de nieuwe generatie planners<sup>74</sup>.

In de jaren tachtig kwam het neoliberalisme echter op. Regels waren een belemmering voor de vrije markt. Dus werd planning en zijn bijhorende regels vies bekeken. Het beleid werd bovendien slecht gevoerd, ruimtelijke ordening had weinig te betekenen en was omgeven door een "geur van cliëntelisme en corruptie"<sup>75</sup>. Zo waren er achterpoortjes in de ruimtelijke ordeningswet, zoals de opvulregel, die toelieten dat de ruimte verslonden bleef worden. Het imago van planning was zodanig negatief dat het aantal studenten aan planningsinstituten zelfs dramatisch laag was. Het duurde dan ook tot 1992 vooraleer de groep stedenbouwkundigen eindelijk de kans kreeg om, in samenwerking met de toenmalige minister van Leefmilieu Kelchtermans, de structuurplanning in Vlaanderen uit te bouwen. Waarna de groep gestart is met institutionaliseren van kennis en inzichten bij de administratie – een planningsdienst bij de overheid, zoals het Nederlands ruimtelijk planbureau, was in Vlaanderen nog quasi onbestaande – en begonnen ze met het uitschrijven van de nieuwe wet, die uiteindelijk in 1997 werd ingevoerd. Het ruimtelijk structuurplan was geboren.<sup>76</sup>



Figuur 2.2: schematische weergave van de ruimtelijke visie op Vlaanderen uit het RSV

Het **Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen** uit 1997 betekende voor het eerst een doordacht ruimtelijk beleid. Het beleid dat tot dan toe gevoerd werd kon gewoonweg niet meer: steden takelden af, de rand werd bevolkt en het buitengebied werd aangevreten, lintbebouwing zorgde voor problemen, economische activiteiten vonden geen geschikte terreinen meer, verkeer kwam in moeilijkheden en een goed openbaar vervoer kon niet georganiseerd worden. Dus ging men in het RSV voor het eerst een visie formuleren voor het toekomstig ruimtelijk beleid in Vlaanderen om de ongebreidelde verstedelijking en versnippering tegen te gaan. De eerste doelstelling van het nieuwe beleidsplan bestond uit het realiseren van een **duurzame ruimtelijke ontwikkeling** en het plan volgde zo de toenemende internationale tendens van duurzame ontwikkeling als antwoord op de duurzaamheidsproblematiek. Daarbij stond de ruimtelijke kwaliteit centraal, resulterend in de tweede kerndoelstelling van het plan, het motto: **'Vlaanderen open en stedelijk'**. Voor de concretisering van hun ruimtelijke visie werd er in het RSV een reeks beoogde trendbreuken voorgesteld en een vernieuwende aanpak die steunde op de dubbele planstructuur van structuurplannen en uitvoeringsplannen op drie bevoegde beleidsniveaus (Vlaams gewest, provincie en gemeente)<sup>77</sup>.

Het versterken van steden was het hoofdprincipe. Het plan wou het imago van de steden aanpakken door het herwaarderen van de steden als woon- en werkgebieden door het verweven en bundelen van functies en voorzieningen. Het concept **'gedeconcentreerde bundeling'** werd geïntroduceerd om te duiden dat men selectief moest gaan concentreren, maar dat daarbij rekening moest gehouden worden met het reeds 'gedeconcentreerde' karakter van het bestaande spreidingspatroon. De versterking van steden moest vanzelfsprekend gepaard gaan met het behoud van de schaars geworden open ruimte. Restrictiever omgaan met de open ruimte in landelijk gebied was het tweede belangrijke principe. Men benadrukte daarbij dat het fysisch systeem ruimtelijk structurerend werkt, de natuurlijke structuur vormt de **groene 'ruggengraat'** van Vlaanderen. Het derde en vierde ruimtelijke principe zaten eigenlijk al vervat in de twee voorgaande doelstellingen. **'Poorten als motor voor ontwikkeling'** betekende het verduidelijken en uitbouwen van de bestaande, versnipperde economische structuur en via **'infrastructuren als bindteken voor locatie van activiteiten'** trachtte men de mobiliteit te beheersen door in te zetten op collectief vervoer<sup>78</sup>. Als gevolg van deze principes kwam men tot de idee om **stedelijke gebieden te gaan afbakenen** van landelijke gebieden en binnen de stedelijke gebieden een (relatief) groter woningaanbod te voorzien. Men hoopte dat dit aanbod-gestuurd beleid de niet-verstedelijkte gebieden van Vlaanderen open zouden houden<sup>79</sup>. De harde lijn tussen stedelijk en niet-stedelijk gebied en verschillende dichtheden aan weerszijden van de lijn zou de Belgische traditie van suburbanisatie moeten kunnen terugschroeven<sup>80</sup>.

Het besef dat een breed draagvlak noodzakelijk is om werkelijke veranderingen te realiseren werd tijdens de ontwikkeling van het RSV vertaald in concrete acties. Men ging voor het eerst contact leggen met de niet-georganiseerde, individuele burger om hun opinie over de ruimtelijke visie voor Vlaanderen te kunnen integreren. Louis Albrechts, Charles Vermeersch en Steven Roosen organiseerde in 1993 de eerste burgerinspraak bij een breed publiek door het verspreiden van de folder 'Vlaanderen voor liefhebbers' en de reacties daarop te bundelen in een inspraakrapport dat meegenomen werd voor de verdere ontwikkeling van het RSV<sup>81</sup>. Alle documenten werden vrij ter beschikking gesteld in de bibliotheken en er werden grote inspraakmogelijkheden georganiseerd via de kranten. In de pers kregen ze toen een goede medewerking: kranten zoals De Tijd maakten op een zeer degelijke manier katernen over het RSV. Er was ook samenwerking met de tv en de radio. Het imago van ruimtelijke planning keerde daardoor in de jaren 1992-1994 en het aantal studenten steeg exponentieel. Ruimtelijke ordening had niet meer het beeld van 'niet mogen', maar net 'hier zijn mogelijkheden'<sup>82</sup>.

Albrechts en Vermeersch gingen echter nog verder: gedurende vijf jaar zijn ze 'den boer op gegaan'. Ze zijn gaan praten met de mensen. Soms met honderd mensen, soms met tien mensen, vier à vijf avonden per week. Ze zijn hun plan gaan 'verkopen', niet door te misleiden, maar net door heel eerlijk te zijn. Ze zijn de betekenis van dat plan voor de lokale omgeving gaan toelichten om duidelijk te maken wat het verband was tussen het niveau van het RSP en wat dat concreet betekende voor hun, ze zijn gaan luisteren naar de bekommernissen van de mensen. Dat waren soms moeilijke en pittige discussies, aldus Albrechts. Al die zaken werden vervolgens meegenomen en verwerkt in de uitwerking van het RSP. Dankzij dit tijdsintensieve proces kregen velen de kans een rol te spelen in het proces en werd heel wat oppositie vermeden<sup>83</sup>.

#### **RUIMTELIJK STRUCTUURPLAN VLAANDEREN GEËVALUEERD: START VAN DE OMMEKEER?**

Ondertussen hebben verschillende onderzoekers het RSV al kunnen evalueren op zijn effectiviteit<sup>84</sup>. Heeft het RSV voor trendbreuken gezorgd? Het is een genuanceerd verhaal. De doelstellingen waren dan ook zeer ambitieus. De doelstelling 'Vlaanderen open en stedelijk' is de meest interessante om toe te lichten. Men streefde naar een 60/40-verhouding voor huishoudens wonende in respectievelijk stedelijk gebied en niet-stedelijk gebied. Volgens de definitie van het stedelijk gebied in het RSV uit 1997 zouden we geëvolueerd zijn van een verhouding 27,4/72,6 in 1997 naar een verhouding 48,6/51,4 in 2007. Een serieuze sprong in de goede richting, maar we zijn nog niet bij de vooropgestelde 60/40-verhouding. Nog steeds wonen dus meer mensen in niet-stedelijk gebied dan in stedelijk gebied. Sinds de herziening van 2003 heeft men de definitie echter aangepast en tellen nu ook de gemeenten – die slechts gedeeltelijk binnen het stedelijk gebied vallen – als volledig stedelijk gebied. Daarmee is het stedelijk gebied sterk uitgebreid ten opzichte van de definitie uit het oorspronkelijke RSV. Indien we de cijfers opnieuw bekijken zouden we in 1997 op een verhouding van 50,2/49,8 zitten en in 2007 op 58,3/41,7. Wat, toevallig of niet, wél dicht aansluit bij de 60/40-verhouding. De evolutie sinds 1997 wordt in dit geval echter minder prominent. In de stedelijke gebieden hebben zeker positieve ontwikkelingen plaatsgevonden, er werden dan ook heel wat extra woongronden gesitueerd. Tegelijk moet vastgesteld worden dat de druk op de open ruimte onvoldoende kon worden verlicht. Het aantal gezinnen in het buitengebied blijft nog steeds toenemen<sup>85</sup>. Men concludeert vandaag:

"Vlaanderen is vandaag stedelijker dan vijftien jaar geleden, maar ook minder open."<sup>86</sup>

Vershillende uitdagingen waarop het RSV inspeelde zoals de druk op de open ruimte, verkeerscongestie en veranderingen in de economie hebben vandaag nog niet aan actualiteit ingeboet. Op de vooruitgang in de stad na zijn wezenlijke veranderingen in de (open) ruimte dus moeilijk te bespeuren. Positief is wel dat met het RSV voor het eerst een uitgebreide planningsdienst is uitgebouwd in Vlaanderen. Het plan is er ook in geslaagd het thema van ruimte bij sommige sectoren op de agenda te zetten, al is de doorwerking zeer verschillend tussen verschillende sectoren. Het RSV heeft zeker bijgedragen aan de beginnende ommekeer richting de heropwaardering van de stad in realiteit en mentaliteit. De ommekeer vindt echter nog niet plaats in het beperken of terugschroeven van wonen in het buitengebied. Het grenzen-stellend karakter van het RSV lijkt wel in zekere mate de fragmentering van de ruimte te hebben vertraagd<sup>87</sup>. Er is echter nog veel ruimte voorzien in het RSV voor wonen. Het verkavelen en de lintbebouwing wordt bovendien nog steeds in de hand

gewerkt door bepaalde maatregelen in het huidige beleid. Vlaanderen blijft op die manier een ‘vernevelde betonvlakte’<sup>88</sup>.

Er zijn verschillende redenen voor de beperkte realisatie van de doelstellingen uit het RSV. “In ruimtelijk beleid is het bereiken van beleidsdoelstellingen, meer nog dan in andere sectoren, sterk afhankelijk van de medewerking van anderen: verschillende sectoren (bv. landbouw, verkeer, economie), verschillende bestuurslagen, private actoren, *et cetera*.”<sup>89</sup> Hoewel dat rond de tijd van de goedkeuring van het RSV er bij veel actoren een ‘*sense of urgency*’ was dat het zo niet verder kon en dat het RSV daar een antwoord op kon helpen bieden, daalde het brede draagvlak voor het RSV tijdens de uitvoering ervan. Enerzijds belemmerde de praktische werking van het RSV de realisatie van de doelstellingen. De opgezette procesketen van structuur- en uitvoeringsplannen wordt als te complex, te zwaar en te lang ervaren. Ruimte is dan ook een “uiterst complex systeem met veel ruimtevragers, belangentegenstellingen, dynamische interacties, institutionele regels en onzekerheden” en kent een lange doorwerking (padafhankelijkheid) van beslissingen uit het verleden<sup>90</sup>. Niet alle beleidsniveaus hebben daar bijgevolg voldoende planningscapaciteit voor in huis. Door de moeizame uitvoering en bijhorend uitblijven van fysieke resultaten van het RSV wordt het draagvlak bij zowel de sectoren als de provincies en gemeenten voor het RSV verzwakt. De weinig tastbare resultaten hebben bovendien te maken met de neiging om beleidsonzekerheid te reduceren in Vlaanderen. Deze leidt tot overdreven juridisering en bureaucratisering van de ruimtelijke ordening. Er is een soort van wantrouwen dat leidt tot zeer gedetailleerde en fixerende planvorming, waardoor realisatie van het RSV moeizaam verloopt<sup>91</sup>.

Een andere belangrijke reden is dat de politieke kaarten tijdens de uitvoering van het RSV anders geschud waren dan tijdens de goedkeuring ervan. De nieuwe, meer liberale coalitie stond niet volledig achter het RSV, slechts één partij van die coalitie had het RSV effectief goedgekeurd. Dit zou grondig zijn sporen achterlaten op de uitvoering van het RSV. Zo zijn er een aantal beleidsinitiatieven de afgelopen jaren in het leven geroepen die het RSV ondergraven: de gebrekkige handhaving, de versoepelde aansnijding van reservegebieden voor wonen (woonuitbreidingsgebieden) en de woonuitbreiding via het grond- en pandendecreet dat haaks staat op de doelstellingen van het RSV. Deze amenderingen zijn mogelijkheden om af te wijken van het RSV en druisen er dus ook tegen in. Ze beïnvloeden op die manier het maatschappelijk draagvlak voor ruimtelijke planning en het RSV, want de positieve ontwikkelingen van het RSV moeten het afleggen tegen deze bezwarende afwijkingen. De geloofwaardigheid van het RSV bij tal van actoren wordt schade toegeaan. Niet alleen het draagvlak maar ook het beschermen van de open ruimte komt in het gedrang, aangezien de maatregelen de verdere inname van de open ruimte opnieuw op verschillende manieren toelaat<sup>92</sup>. Volgens Leo Van Broeck wijst de persistente verwatering en amendering van de meest noodzakelijke maatregelen in het RSV op **electorale angst** en moet de politiek durven ophouden met improvisatie in de ruimtelijke ordening en durven leunen op de specialisten die ze in huis hebben<sup>93</sup>.

Ann Pisman ziet het probleem ook in het aanbod-gestuurde beleid: men hoopte dat door het aanbieden van bouw mogelijkheden in stedelijke gebieden, de niet-stedelijke gebieden zouden gevrijwaard worden. Dit was echter niet voldoende voor de toename van gezinnen in het buitengebied af te remmen. Er is volgens Pisman een gebrek aan aandacht voor de vraag, voor de bewoner, inclusief zijn of haar woonwensen, in het planningsbeleid in Vlaanderen<sup>94</sup>.

Door de relatief beperkte impact van het RSV kunnen we stellen dat we in Vlaanderen nog steeds “een chronisch laag niveau qua stedenbouwkundige cultuur en zuinig grondgebruik”<sup>95</sup> kennen. Er werd langer dan een eeuw niet voor de stad gekozen. Pas sinds de millennium-wissel is de stad aan het heropwaarderen, maar enkel indien ook het verslinden van de open ruimte in het buitengebied gestopt en teruggedraaid wordt, zullen er wezenlijke veranderingen in de ruimte en het ruimtegebruik in Vlaanderen zichtbaar worden.



## 2.3. Toekomst van ruimtelijk beleid

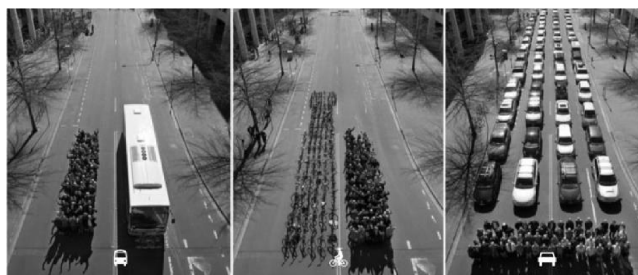
De kwestie van verspreide bebouwing en de zoektocht naar duurzame samenlevingsmodellen blijft urgent en actueel. Er volgt een beknopte toelichting van een van de belangrijkste ontwikkelingen in zowel de internationale planning als de planning in Vlaanderen: de mobiliteitsgebonden ontwikkeling of *Transit Oriented Development* (TOD). Daarna worden de huidige toekomstplannen van het Vlaamse beleid besproken. Daarin zien we dat de kernprincipes uit de recente planningsconcepten doorsijpelen in de Vlaamse beleidsplannen.

### 2.3.1. ONTWIKKELING VAN RUIMTELIJKE CONCEPTEN

#### INTERNATIONAAL: TRANSIT ORIENTED DEVELOPMENT (TOD)

In de planningswereld is er sinds de jaren negentig een model opgedoken dat heel wat navolging krijgt, ook in Vlaanderen. Een reeks academici hebben zich over het concept 'dichtheid' gebogen en bedachten het model '*Transit Oriented Development*'<sup>96</sup>. Onderzoek toonde aan dat in buurten met een lage dichtheid veel minder het openbaar vervoer wordt genomen en veel minder gewandeld en gefietst wordt dan in buurten met een hoge dichtheid en een vermenging van functies<sup>97</sup>. Dichtheid en efficiënte mobiliteit werden daarom centraal gesteld in het model van TOD: relatief compacte en voetgangersvriendelijke buurten met een mix van functies worden ontwikkeld rond bestaande of nieuwe haltes die een frequent, hoogwaardig openbaar vervoer aanbieden. Meer mensen worden op die manier aangespoord het openbaar vervoer te nemen omdat ze in de nabijheid van een halte wonen. TOD wordt daarom gezien als een **veelbelovende tool in planning om het verspreide wonen en het bijhorende autogebruik te beperken**. TOD is volledig ontworpen en gericht op openbaar vervoer en niet-gemotoriseerd vervoer<sup>98</sup>. Door de mix van functies worden bestemmingen dichter bij elkaar gebracht en worden mensen meer aangespoord te wandelen<sup>99</sup>. Daarnaast zorgt de functiemix ervoor dat een actief en bruisend straatleven ontstaat, belangrijk om de straten veiliger te doen aanvoelen voor de passant. De '*eyes on the street*', beschreven door Jane Jacobs, verhogen significant het veiligheidsgevoel<sup>100</sup>.

De combinatie en integratie van dichtheid en mobiliteit zorgt ervoor dat TOD een efficiënt en duurzaam model is dat erin slaagt de ecologische voetafdruk enorm te verkleinen<sup>101</sup>. Doordat de auto aan belang inboet, vermindert de luchtvervuiling, maar ook de congestie, het aantal ongevallen en de lawaaioverlast. Bovendien neemt de auto veel plaats in (rijweg én parking), deze ruimte komt bij TOD vrij voor meer groene ruimte en meer ruimte voor wandelaars en fietsers. Figuur 2.3 illustreert dit duidelijk<sup>102</sup>.



Figuur 2.3: ruimtebehoefte van vervoermoden (bus, fiets, auto)

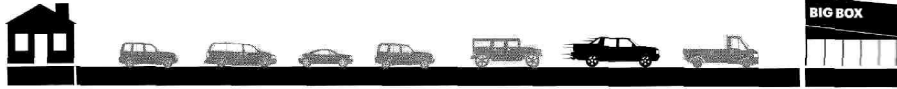
**THE TRUE COST OF SAM'S ERRAND**

**WHAT SAM PAYS**

12-mile trip  
12 miles per gallon  
\$4 per gallon

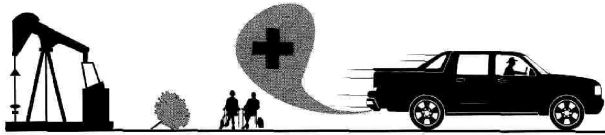
**\$4**

Direct cost



**+**

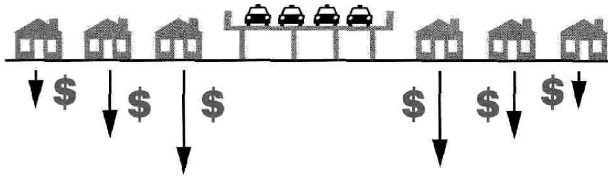
**WHAT SOCIETY PAYS**



Increased healthcare and agriculture costs attributed to greenhouse gas emissions and exhaust pollutants



Lost productivity attributed to time stuck in congestion



Decreased land values attributed to noise and pollution

**\$6**

Societal cost

**=**

**TOTAL COST OF SAM'S TRIP**

**\$10**

Actual cost



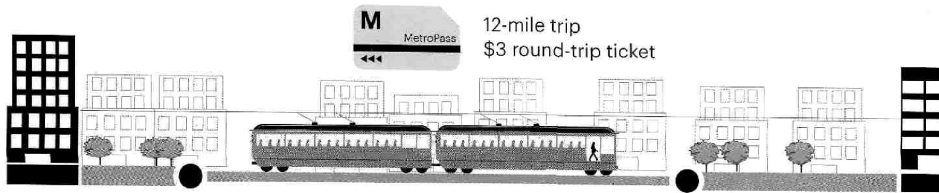
Figuur 2.4: de werkelijke totale kosten van suburbaan wonen

**THE TRUE COST OF LUISA'S ERRAND**

**WHAT LUISA PAYS**

**\$3**

Direct cost

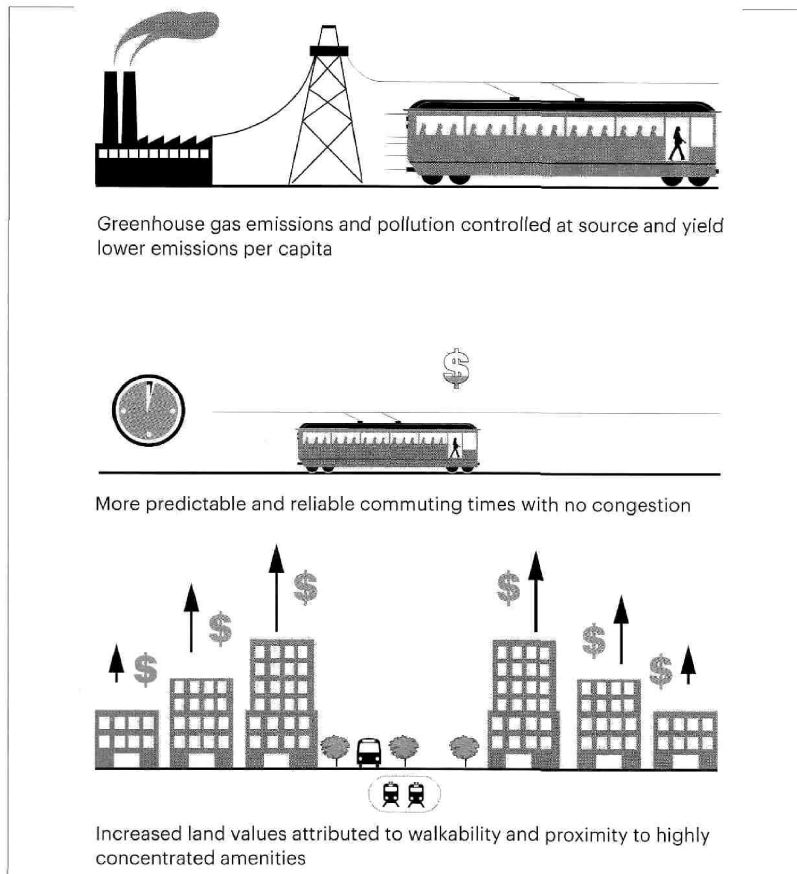


**+**

**WHAT SOCIETY PAYS**

**\$3**

Societal cost



**=**

**TOTAL COST OF LUISA'S TRIP**

**\$6**

Actual cost



Figuur 2.5: de werkelijke totale kosten van verdicht wonen

Ook Vishaan Chakrabarti gelooft in dichtheid en infrastructuur: hij wil geen ‘country of highways, houses and hedges’, maar een ‘country of trains, towers and trees’. Chakrabarti verklaart dat de totale financiële kosten voor de maatschappij bij TOD verlagen. In Figuur 2.4 en Figuur 2.5 is het verschil tussen suburbaan wonen en verdicht wonen in totale kosten duidelijk te zien<sup>103</sup>. TOD belooft ook sociale en economische beterschap. Het gevoel van gemeenschap zou groter zijn dan in de ‘slaperige suburbia’. Er zouden meer betaalbare woningen verschaft kunnen worden en er zou opnieuw voldoende dichtheid zijn om bepaalde voorzieningen en diensten te kunnen genereren<sup>104</sup>. De nieuwe kennis en diensteneconomie is bovendien gebaseerd op ontmoetingen en interacties tussen professionals, daarvoor zijn compacte, wandelbare en in functie vermengde buurten noodzakelijk<sup>105</sup>.

“In de toekomst zullen het bij uitstek de grotere steden zijn die fungeren als krachtige incubatoren van creativiteit, interactie, kruisbestuiving en vooruitgang. Hoe groot is de kans dat een thuiswerkende designer die in een verkaveling woont tijdens zijn middagpauze per ongeluk een filmmaker ontmoet die hem om het ontwerp van een nieuw logo vraagt...?”<sup>106</sup>

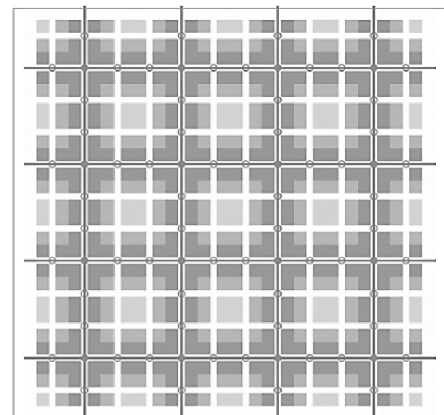
Kortom, TOD zorgt ervoor dat de leefomgeving duurzamer, efficiënter, veiliger, gezonder, creatiever, aangeneramer en leefbaarder wordt<sup>107</sup>.

### VLAANDEREN: EEN VERKNOOPT NETWERK VAN CORRIDORS

Het concept van TOD, dat in Amerika ook onder de term ‘New Urbanism’ en in Europa soms als ‘Compact City’ door het leven gaat, wordt over de hele wereld succesvol toegepast<sup>108</sup>. Met name in Amerika, Oost-Azië, Australië en Scandinavië kent TOD een duidelijke identiteit. De West-Europese verstedelijkings- en planningscontext laat echter niet dezelfde oplossingen toe. “Zowel uit de Amerikaanse marktgedreven benadering als vanuit de Aziatische top-downbenadering kunnen weliswaar lessen getrokken worden, maar het Europese stadslandschap maakt de opgave toch heel specifiek.”<sup>109</sup> Er ontbreekt dan ook een duidelijke invulling van het begrip. In West-Europa houdt men zich bezig met deze kwestie en ook in Vlaanderen werd de laatste jaren erg hard gewerkt aan een planning en visie vanuit de TOD-benadering die een einde zou kunnen maken aan verkavelingsvlaanderen. Gestimuleerd door de overheid werd een onderzoeksproject opgezet, ‘ORDERin’F’, dat vanuit verschillende disciplines tracht te onderzoeken of het model van TOD getransporteerd kan worden naar Vlaanderen<sup>110</sup>. Matthias Blondia droeg bij aan het onderzoek ‘ORDERin’F’ via zijn doctoraatswerk waarbij hij een model ontwikkelde dat een realistische vertaling is van *Transit Oriented Development* voor de Vlaamse context: een ‘verknoopt netwerk van corridors’. Twee concepten staan daarin centraal, namelijk corridorvorming en netwerkverknoping, beiden gaan over ruimtelijke ontwikkeling én mobiliteit.’

**Corridorvorming** betekent dat het netwerk wordt opgebouwd uit een aantal regionale stamlijnen die de hoofddraggers worden voor openbaar vervoersverplaatsingen. Dit is een hoogwaardig openbaar vervoer en is dus snel, betrouwbaar en frequent. Een eigen bedding is daarvoor een basisvoorwaarde. Daarnaast moeten de corridors als ruimtelijk beleidsinstrument worden ingezet. Nieuwe verstedelijking, ruimtelijke ontwikkelingen en publieke voorzieningen dienen maximaal geconcentreerd te worden in de nabijheid van de haltes langs de stamlijnen. De corridors manifesteren zich dus niet als een continue lineaire structuur, maar als een kralensnoer die de openbaar vervoersinfrastructuur volgt. Daarenboven moet in gebieden die geen deel uitmaken van de corridorvorming het voorzieningenniveau laag gehouden worden en ontwikkelingen afgeremd worden.

**Netwerkverknoping** houdt in dat bepaalde haltes,



Figuur 2.6: een abstracte weergave van een ‘verknoopt netwerk van corridors’

knooppunten tussen verschillende stamlijnen in het netwerk, uitgewerkt worden als volwaardige overstappunten. De drempel om over te stappen moet tot een minimum worden herleid. Dit heeft een impact op het fysisch ontwerp van de knooppunten, maar ook op het operationele en organisatorisch ontwerp van het netwerk. Het voorgestelde netwerkconcept staat ver van het huidige openbaar vervoer in Vlaanderen, dit voorziet alleen om tegemoet te komen aan de meest voorspelbare, beheersbare en omvangrijke verplaatsingsstromen. Door de verknoping en integratie van verschillende netwerken zal een veel groter aantal verplaatsingen bediend kunnen worden dan in het huidige netwerk. Het voorgestelde, 'verknoot netwerk van corridors', dat radicaal verschilt van het huidige model, is weldegelijk mogelijk volgens Blondia, maar zal wel moeilijk te realiseren zijn. Slechts op de lange termijn en door een geleidelijk verstellingswerk, waarbij een maximale recuperatie van het bestaande moet worden nagestreefd, zal het concept te realiseren zijn<sup>111</sup>.

In de internationale literatuur wordt nog op enkele andere haalbaarheidsvoorwaarden gewezen. Cervero benadrukt dat publieke interventie een noodzakelijk ingrediënt is van succesvolle TOD. Ervaring wijst namelijk uit dat **leiderschap**, gecombineerd met vooruitstrevende ruimtelijke planning en correcte prijsvoering van de schaarse grondstoffen, de nodige voorwaarden zijn om een levendige en duurzame ontwikkeling te realiseren<sup>112</sup>. Newman leert uit slecht afgelopen vormen van TOD in Australië. Hij onderstreept het belang van een **regionaal planningsperspectief** in de lokale politiek, want deze krijgt vaak te weinig aandacht in lokale media en lokale besluitvorming. Daardoor is er al te vaak een reactie op lokaal niveau. Het regionale perspectief is nodig om te tonen waarom een goedwerkend openbaar vervoerssysteem niet kan bestaan zonder verdichte kernen. Regionale planning is noodzakelijk, niet alleen voor de technische en praktische kant, maar dus ook om het **publiek engagement** aan te wakkeren en om **communicatie processen** in gang te zetten<sup>113</sup>. De Vos, een onderzoeker aan de universiteit van Gent verklaart daarnaast dat pogingen om het autogebruik te verminderen, niet alleen moeten focussen op het veranderen van de gebouwde omgeving, maar ook op het **veranderen van de houding** ten opzichte van bepaalde vervoersmodes<sup>114</sup>. Dit wordt echter vaak buiten beschouwing gelaten in veel studies over TOD. De meeste studies over vervoersgedrag beweren echter dat houding zelfs een groter effect heeft op vervoersgedrag dan de gebouwde omgeving. Er zou een effect zijn genaamd 'residentiële zelf-selectie' die ervoor zorgt dat mensen met een voorkeur voor een bepaalde vervoersmode zich ergens gaan situeren waar ze zoveel mogelijk dat vervoersmiddel kunnen gebruiken. Dit zorgt ervoor dat het effect van de gebouwde omgeving wordt verzwakt. Residentiële zelf-selectie zou ervoor kunnen zorgen dat *suburbanites* die zich bewust in lage dichtheid lokaliseren en graag van de auto gebruik maken, niet staan te springen om het openbaar vervoer te gebruiken, zelfs indien dit zeer toegankelijk wordt na het veranderen van de gebouwde omgeving. Dit zou het aantal reizigers en het succes van TOD enorm kunnen verlagen. De vraag stelt zich, volgens de onderzoekers, of een nieuwe gebouwde omgeving er in kan slagen de houding van mensen over bepaalde vervoersmodes en hun effectieve vervoersgedrag te veranderen of dat deze mensen zullen blijven terugvallen op de auto of zich zelfs zullen verplaatsen naar een andere woonomgeving die nog steeds een suburbaan karakter heeft<sup>115</sup>. Op deze vraag is nog geen antwoord gevonden, maar de vraag duidt wel het **belang van het inspelen op de houding van mensen** om het succes van TOD te verzekeren.

## REGIONAAL: REGIONET LEUVEN

Om het concept 'verknoot netwerk van corridors' concreet te maken, wordt in Figuur 2.7 het project 'Regionet Leuven' getoond. Regionet Leuven is een concrete uitwerking van TOD voor regio Leuven en een *case study* voor het onderzoeksproject ORDERin'F. Alle principes die hierboven werden toegelicht, zijn van toepassing op deze case. Het project staat al redelijk ver in het onderzoek naar de haalbaarheid en werkelijke implementatie van het concept van TOD voor de regio Leuven. Het kralensnoer, dat de verwezenlijking is van het 'verknootte netwerk van corridors' is duidelijk zichtbaar in

. Het Bureau voor Urbanisme (BUUR) heeft de leiding over de uitwerking van de case en het project heeft al de interesse gewekt bij verschillende belangrijke actoren: de provincie Vlaams-Brabant, de Stad Leuven, De Lijn Vlaams-Brabant en Interleuven. Er tekent zich momenteel zelfs een 'bestuurlijk momentum' af: "Zowel het Vlaams Gewest, de Provincie als de Stad Leuven zijn bezig met de actualisering van hun beleidsplannen (structuurplan, mobiliteitsplan). De NMBS en De Lijn werken aan nieuwe vervoersplannen. De Provincie en Interleuven zijn op zoek naar een nieuwe rol en zouden de regionale samenwerking kunnen faciliteren. De burgemeesters van het arrondissement zitten alvast samen aan tafel op het 'Burgemeesteroverleg Arrondissement Leuven'." <sup>116</sup> Het project werd in 2014 beloond met de tweejaarlijkse planningsprijs van de Vlaamse Vereniging voor Ruimte en Planning (VRP), uitgereikt door Minister Joke Schauvliege. Uit het Juryverslag wordt volgende verklaring geciteerd:

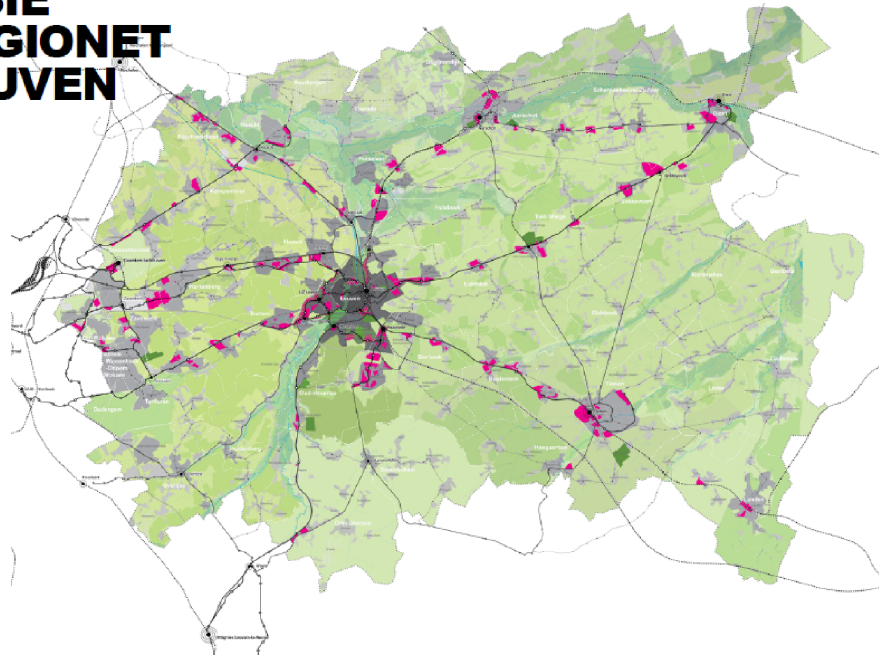
"Regionet Leuven beschrijft in heldere termen hoe op regionaal niveau een openbaar vervoerssysteem kan worden uitgebouwd dat een wezenlijke verschuiving kan teweegbrengen in onze ruimtelijke ordening. (...) De onderzoekers **verzetten daarmee de bakens voor de discussie rond duurzame verstedelijking** in Vlaanderen." <sup>117</sup>

Kortom, zowel op internationaal als Vlaams en regionaal niveau zijn vooruitstrevende projecten hun intrede aan het maken. De achterliggende principes wijzen op een radicale verandering ten opzichte van het verleden, men wil fundamenteel anders en beter de ruimte en mobiliteit gaan organiseren. Initiatieven uit het verleden hebben namelijk te weinig effect gehad: open ruimte blijft ingenomen worden en de verkeerscongestie blijft één van de belangrijkste problemen. De implementatie van *Transit Oriented Development* in Vlaanderen zou de hegemonie van koning auto en koning verkaveling wel eens omver kunnen werpen.

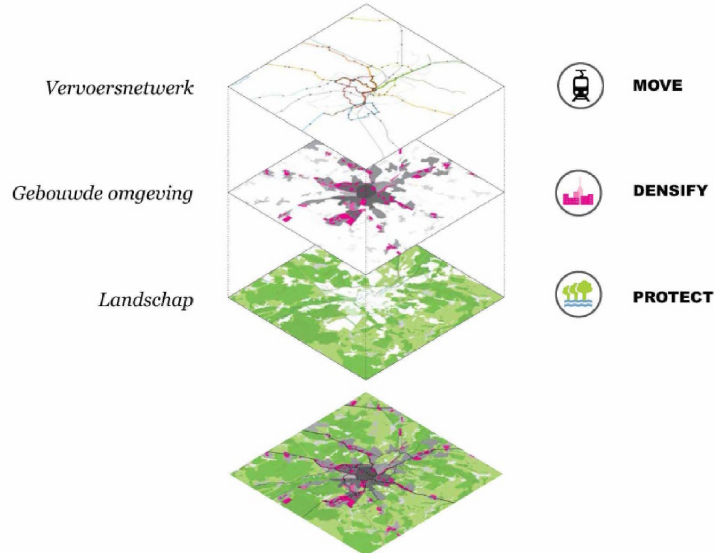
## KRITIEK OP DE VERDICHTINGSTENDENS

Bij TOD staat het geloof in stedelijkheid en dichtheid centraal. Niet iedereen is het echter eens dat de 'compacte stad' het beste antwoord is op het grote duurzaamheidsprobleem. In de huidige context is de jarenlange bevochten discussie tussen de 'centrische' en de 'decentrische' benadering opnieuw naar boven gekomen. De decentristen bestaan uit twee grote groepen. Enerzijds de aanhangers van de vrije markt, zij beweren dat de bemoeienis van planners problemen in de grondmarkt veroorzaken en dat de markt oplossingen zal genereren die de ontwikkelingen zullen optimaliseren. Anderzijds zijn er de mensen 'van't goei leven', die voor een gedecentraliseerde levensstijl pleiten, zowel geografisch als institutioneel, ze willen terugkeren naar het landelijke leven. Het zijn echter de centristen die het huidige debat overheersen, de meeste academici verdedigen deze visie. Hun motieven, zoals duidelijk in voorgaande toelichtingen, zijn vooral gedreven door de eis naar duurzaamheid. Zowel het beperken van klimaatopwarming, bijhorende luchtvervuiling en energieconsumptie, als het stoppen van het verlies van open ruimte en waardevolle, natuurlijke habitatten, is belangrijk in de centrische benadering. De compacte stad is volgens de centristen dan ook de oplossing voor de huidige maatschappelijke problemen. Een ander secundair motief is dat de kwaliteit van het stedelijk leven net verbeterd wordt door een hogere densiteit. Dit komt neer op één van de theorieën van Jane Jacobs: een te lage densiteit laat een stad letterlijk en figuurlijk doodbloeden <sup>118</sup>.

# VISIE REGIONET LEUVEN



## Groei als hefboom voor verandering



Figuur 2.7: een uitwerking van het concept 'een verknoopt netwerk van corridors': synthesebeelden van de visie van Regionet Leuven

Het Vlaamse model, een ‘verknoot netwerk van corridors’, bevindt zich ergens in de compromis-zone tussen de centriscie en decentrische benadering. Het model volgt enerzijds het centriscie idee dat een sterkere bescherming van de open ruimte noodzakelijk is, alsook inzetten op stedelijkheid en stedelijke vernieuwing. De ecologische voetafdruk zal gereduceerd worden, maar niet ten koste van de levenskwaliteit. Het model volgt anderzijds decentrische ideeën in de zin dat het gecontroleerde decentralisatie naar bestaande gemeentekernen en dorpskernen zal toelaten, weliswaar enkel diegenen waar voorzieningen en publiek transport kunnen worden voorzien. Het model houdt rekening met het bestaande zonder er slaaf van te zijn. Het zal ook nieuwe ontwikkelingen toelaten indien deze als duurzaam beschouwd worden<sup>119</sup>.

Het Vlaamse voorgestelde model is een goed begin. We moeten absoluut durven inzetten op stedelijkheid en dichtheid. Ik volg daarin de opinie van verschillende figuren uit het Vlaamse landschap. Leo Van Broeck en Filip Canfyn pleiten beiden op hun eigen manier voor meer stad, meer dorp en meer platteland. Onze steden kunnen stedelijker en dus dichter worden, onze dorpen kunnen zich ontwikkelen in heuse micro-stadjes en het platteland moet terug open en ongerept worden<sup>120</sup>. Het aanvaarden van de overal-stedelijkheid, zonder grens tussen stad en platteland, zoals lijkt te gebeuren in recente onderzoeken als *‘After-sprawl’* en *‘The Ambition of the Territory’*, mag geen optie zijn<sup>121</sup>. Het is positief dat deze onderzoeken trachten te vertrekken vanuit de mogelijkheden van de bestaande ruimte, maar men moet durven om het bestaande ook voor een stuk terug te keren en voor dichtheid te kiezen. Leo Van Broeck beschrijft het als volgt:

“Dergelijke concepten en processen kunnen misschien geldig zijn als 'vertretpunt' in een overgangsfase, maar mogen zeker niet ingezet worden als einddoelen op zich. Men moet de gedachtesprong durven maken naar een fundamentele herschikking, naar een uitdovingsbeleid, naar ruimtelijke krimp en doorgedreven coagulatie en verdichting.”<sup>122</sup>

## 2.3.2. ONTWIKKELING RUIMTELIJK BELEID IN VLAANDEREN: NAAR EEN NIEUWE BELEIDSPLANNING

Hoewel men met het Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen éindelijk een duidelijke positionering tegen de diffusie stad had ingenomen, bleek vijftien jaar later de ontoereikendheid van het RSV. Op verschillende terreinen heeft men door het RSV wel een grote vooruitgang kunnen boeken, maar de ruimtelijke versnippering en suburbanisatie was nog steeds onvoldoende onder controle. Bovendien raakte het document na al die tijd wat gedateerd. Verschillende (nieuwe) maatschappelijke uitdagingen, zoals demografische trends, mobiliteitsproblemen, klimaatverandering, gebruik van hernieuwbare energie en overgang naar duurzame consumptie, bleven onbeantwoord in het RSV en moesten dringend aangepakt worden. In 2011 luidde daarom het initiatief vanuit de Vlaamse regering om aan een opvolger voor het RSV te beginnen. Er werd een nieuw proces van visievorming over ruimte op gang gebracht dat uiteindelijk moest leiden tot een nieuw Beleidsplan Ruimte Vlaanderen (BRV). De structuurplanning zou op die manier overgaan naar een efficiëntere en doeltreffendere beleidsplanning. Mijlpalen in het proces zouden een Groenboek (2011) en een Witboek (2013) zijn en daarnaast een Ontwerp Beleidsplan dat tegen het einde van de bestuursperiode moest afgerond zijn (2014)<sup>123</sup>. Het Groenboek zou een discussiedocument zijn dat de beleidsvisie en strategieën mee vorm zou geven, het Witboek zou concrete voorstellen bevatten over hoe het ruimtelijk beleid op het terrein te realiseren zou zijn en het Ontwerp Beleidsplan zou zowel een globale visienota met strategische doelstellingen voor de lange termijn bevatten als een set van beleidskaders die de operationele werking uiteenzetten, een soort van actieprogramma's die de effectieve realisatie van het BRV zouden verzekeren<sup>124</sup>.



## STARTSCHOT 'RUIMTE VOOR MORGEN' – 2011

De Vlaamse overheid had al snel gekozen voor 'co-productie' als basis voor de ontwikkeling van het nieuwe beleidsplan. Co-productie is een bepaalde vorm van procesarchitectuur (geïntroduceerd door Sherry Arnstein in 1969), die gebaseerd is op de participatieladder (gekend in de beleidswetenschappen). Co-productie staat op de tweede plaats bovenaan de participatieladder, wat betekent dat een zeer sterke vorm van participatie wordt nagestreefd. Niet alleen ruimtelijke planners, maar alle betrokken partners ontwerpen mee het ruimtelijk beleidsplan. Iedereen is daarbij evenwaardig<sup>125</sup>.

In het kader van de opmaak van het Groenboek heeft het departement Ruimte Vlaanderen, omwille van de keuze voor co-productie, dan ook in 2011 eerst een grootschalige burgerparticipatie georganiseerd onder de overkoepelende term 'Ruimte voor morgen'. Vlamingen werden via verschillende initiatieven gevraagd naar hun visie over de Vlaamse ruimte in 2050. Door ver vooruit te blikken kon los gekoppeld worden van het Vlaanderen van vandaag. Men kon vrij dromen over een hoe een ideaal Vlaanderen er uit zou kunnen zien. De campagne 'Ruimte voor morgen' had tot doel enerzijds bij zoveel mogelijk Vlamingen te polsen naar hun opinie over en ideeën rond ruimtelijke thema's, door ze te stimuleren na te denken over de impact van ruimtelijke beleidskeuzes op het dagelijkse leven, en anderzijds vroegtijdig een draagvlak te creëren door het informeren en betrekken van de burger bij het nieuwe Beleidsplan Ruimte Vlaanderen.



Figuur 2.8: twee posters uit de campagne 'Ruimte voor morgen'

De burgerparticipatie **'Ruimte voor morgen'** bestond uit verschillende initiatieven. Als startschot was er een representatieve steekproef bij 1050 Vlamingen, deze bestond uit vijftig vragen die peilden naar de ruimtelijke voorkeuren over de directe leefomgeving met als focuspunt de toekomst, Vlaanderen in 2050. De conclusies hiervan werden verspreid naar de pers, waardoor er een levendig debat ontstond. Het onderzoek werd opgepikt, zowel in de grote kranten als op radio, televisie en online fora.

Daarna werden er campagnebeelden via posters en advertenties verspreid. De posters kwamen terecht bij een tachtigtal partnerverenigingen van de overheid en de advertenties verschenen in landelijke tijdschriften als Knack, Humo, Dag Allemaal en in kranten als het Nieuwsblad en de Metro. Ook op de websites van de grootste kranten werd volop geadverteerd met de campagnebeelden. Er waren vier verschillende campagnebeelden die elk een ruimtelijke uitdaging brachten: omgaan met het stijgende waterpeil, het verdwijnen van de open ruimte, het dichtslippen van de mobiliteit en de druk op natuur. Het waren bevreemdende beelden met een prikkelende slogan (zie Figuur 2.8) ontwikkeld om de aandacht van de lezer te trekken en de lezer naar de campagnesite te leiden.

De campagnesite was een derde belangrijk initiatief in de campagne. De vijftig vragen uit de representatieve steekproef kwamen in een afgeslankte en opgeleukte vorm terug op de campagnesite ([www.ruimtevoormorgen.be](http://www.ruimtevoormorgen.be)). Deze online enquête noemde 'Test jezelf' en als resultaat op twintig vragen werd één van vijf leefomgevingen uitgekozen als ideale match voor de geteste persoon. Zo werd het resultaat weergegeven in een concrete en herkenbare leefomgeving: "de duurzame stadswijk Vauban in Freiburg, het ecologische cohousingproject Dyssekilde in Denemarken, het Nederlandse model met sterk contrast tussen bebouwde en open ruimte en veel zorg voor publiek domein, New York met haar grote parken en hoge gebouwen, Los Angeles met haar eindeloze suburbs en als uitmijter het Vlaanderen van vandaag"<sup>126</sup>. Omdat tal van actoren (onderwijs, lokale adviesraden) de 'test jezelf'-enquête zeer geschikt vonden om met een breed publiek na te denken over de ruimte, werd besloten om de test langer online te houden. Daarnaast was er op de website ook een 'ideeënmuur' waarop ideeën gepost konden worden die het beleid konden inspireren.

Er werd ook een toegankelijke brochure ontwikkeld met de resultaten uit een eerste partnerdialogoog over de ruimte in 2010. Deze brochure, 'Ruimte voor morgen? Denk mee!', was gericht op een breed publiek en werd met een oplage van 20.000 exemplaren verspreid over gemeentehuizen en bibliotheken. Er was verder een antwoordkaart toegevoegd zodat ook mensen zonder internettoegang ideeën konden indienen.

Voorgaande initiatieven waren er vooral op gericht zoveel mogelijk Vlamingen te bereiken. Om ook in de diepte te kunnen brainstormen werd een groep van 100 burgers uitgenodigd in het Vlaams Parlement om een dag lang na te denken over Vlaanderen in 2050. Er werden 100 mensen gekozen, met oog op representativiteit, uit 2155 mensen die zich kandidaat hadden gesteld. Als afsluiter van de campagne mochten 26 burgers, die een als incentive bedoelde wedstrijd hadden gewonnen, met de minister van ruimtelijke ordening op een ballonvaart, als een soort verkennende vlucht over de Vlaamse ruimte. Dit resulteerde verder in twee reportages op regionale zenders waarbij de minister de noodzaak aan een betere ruimtelijke ordening in Vlaanderen heeft kunnen benadrukken.

De campagne heeft veel mensen kunnen bereiken. Er was ruime aandacht in de pers en een massale reactie op de online-enquête. Gedurende één maand hebben maar liefst 74.000 mensen de website bezocht en hebben 46.351 mensen de enquête ingevuld. Philippe Muyters en het departement noemden de campagne zeer succesvol. De Vlaming had massaal gereageerd: "Onze leefomgeving ligt hem duidelijk nauw aan het hart."<sup>127</sup>. Het succes van de campagne werd bovendien beaamd door Kortom, de vereniging voor overheidscommunicatie, die de campagne Ruimte voor morgen' beloonde met de Prijs voor Overheidscommunicatie omdat het project – volgens het juryrapport – bewijst dat "het mogelijk is om met **frisse ideeën en een mix aan communicatie-instrumenten ook minder spraakmakende thema's 'hot' te maken.**"<sup>128</sup>.

## GROENBOEK - 2012

Het startschot voor een nieuw BRV leidde tot een **Groenboek** met de titel: 'Vlaanderen in 2050: mensenmaat in een metropool?'<sup>129</sup>. Een vraagteken in de titel omdat dit document slechts trachtte een embryonale visie te formuleren om vooral een breed, maatschappelijk debat op te starten en zo de keuze voor co-productie te bevestigen. Na de succesvolle burgerparticipatie 'Ruimte voor morgen', waarmee de krachtlijnen voor het Groenboek werden bepaald, werd opnieuw iedereen – ook de ongeorganiseerde burger – uitgenodigd via het Groenboek om zijn opinie te geven over de geformuleerde visie, over hoe we zullen wonen, werken, ontspannen en kortom leven in 2050. Iedereen kreeg een kans om de beleidsvisie bij te sturen. Aldus vormde het officiële Groenboek de eerste stap naar het nieuwe BRV aan de hand van co-productie.

Uit het Groenboek (zie kader) blijkt dat het beleid voor kernversterking kiest: men wil inzetten op dichtheid en voorzieningen in een netwerk van kernen. Men is dus in zekere zin vooruitstrevend. De sterke rol die het openbaar vervoer zou kunnen spelen bij deze kernontwikkeling blijft echter nog achterwege in het Groenboek. De beleidsvisie uit het Groenboek komt dus slechts zwakjes overeen met de concepten van *Transit Oriented Development*. Verder is het positief dat men de nieuwe maatschappelijke uitdagingen wil aangaan, maar over een concreet antwoord op deze uitdagingen blijft het Groenboek vaag. Het Groenboek had dan ook louter de opzet om een beleidsvisie en strategieën te formuleren, terwijl het Witboek pas concrete voorstellen zou bevatten over hoe dit te realiseren zou zijn. Op heel wat gebieden blijft het Groenboek echter vaag en lijkt het soms te onderbreken aan onderbouwing. Dit is ook de conclusie in een gemeenschappelijk advies van verschillende raden over het Groenboek<sup>130</sup>. In de samenvatting van hun advies wordt het Groenboek een 'veredelde brochure' genoemd. Het Groenboek is volgens hun opgesteld als een toegankelijke, vlotte en leesbare tekst met veel kleurrijke foto's. Wat goed is omdat het Groenboek de intentie heeft de brede bevolking te bereiken om een breed maatschappelijk debat te starten. Maar op te veel gebieden blijft het Groenboek vaag. Te veel concepten worden geïntroduceerd zonder dat deze concepten een concrete invulling krijgen. Verschillende andere professionals vinden het Groenboek eveneens te zwak geformuleerd. Filip Canfyn heeft sterke kritiek op het 'bleek kleurboek' in zijn boek 'Het syndroom van verkavelingsvlaanderen': de analyse wordt wel klaar en helder geformuleerd maar in het antwoord ontbreekt het maken van een duidelijke keuze. Canfyn beschuldigt de 'tevreden vaagheid'. Het ruimtelijk beleid is bang van kiezen, van een actieve rol, van kordaatheid<sup>131</sup>. Hier moet natuurlijk bij genoteerd worden dat het document ook dient om inspraak te genereren bij een breed publiek. De te voorzichtige aanpak van het Groenboek kan daar het gevolg van zijn. Het is alleszins wel positief dat men een debat, dat zich ook richt op de gewone man, tracht aan te wakkeren. Bij de ruimte-professional daarentegen kan het Groenboek niet overtuigend overkomen<sup>132</sup>.

Toen minister Muylers in oktober 2012 in de media echter voorstelde om landelijk wonen meer te gaan belasten – in overeenstemming met de resultaten uit de burgerparticipatie 'Ruimte voor morgen' en de voorstellen in het Groenboek – kwam er echter een tsunami van kritiek. Muylers verdedigde zich door te stellen dat hij enkel een debat wou opstarten over ruimtegebruik, maar de reacties waren klaar en duidelijk. De Vlaming was dan tóch nog niet bereid om het platteland te verlaten. De impact was groot: de beleidsplannen verzeilden in de onderste lade van de minister.



Figuur 2.9: een van de eerste pagina's uit het Groenboek

In het Groenboek worden zowel de verwezenlijkingen als de beperkingen van het voorgaande gevoerde ruimtelijke beleid erkend. Men benadrukt echter wel dat het nieuwe beleid zal voortbouwen op de 'robuuste krachtlijnen' van het RSV. In het Groenboek claimt men de nieuwe maatschappelijke uitdagingen te willen aangrijpen als een hefboom voor een meer kwaliteitsgericht ruimtelijk beleid. De Vlaamse overheid heeft dus niet alleen aandacht voor de kwantitatieve aspecten, men benadrukt ook dat het zoeken naar ruimtelijke oplossingen niet mag afdoen aan de kwaliteit van de leefomgeving. Daarnaast wil men voortgaan op de bestaande ruimtelijke structuur door de nieuwe ruimtelijke ontwikkelingen daarop in te enten. Zo komt men tot de kerngedachte van het Groenboek om in te zetten op het polycentrische karakter van Vlaanderen dat volgens de Vlaamse overheid tegelijkertijd een metropolitane allure heeft:

“Vlaanderen en Brussel vormen een netwerk van vele kleinere stedelijke regio's die samen kunnen wedijveren met andere vernieuwende regio's van wereldformaat. Voor alle duidelijkheid: Vlaanderen moet zeker niet uitgroeien tot één volgebouwde agglomeratie. Onze troeven zijn net de vele, vaak kleine historische steden die dicht bij elkaar liggen. Door die kleinschaligheid biedt onze regio unieke levenskwaliteit, op maat van de mensen. Onderwijs, zorg en cultuur zijn altijd vlakbij. Toegankelijke open ruimte ligt in ieders bereik.”<sup>133</sup>

Het Groenboek zet volop in op de troef van Vlaanderen: het kan een '**metropool op mensenmaat**' zijn, omwille van “de nabijheid van programma's die typisch zijn voor een genetwerkte, metropolitane levensstijl, ingebed in een ruimtelijke structuur die door haar kleinschaligheid een zekere 'mensenmaat' weet te houden”<sup>134</sup>. Deze kerngedachte wordt in het Groenboek vertaald in drie krachtlijnen die het ruimtelijk beleid voor Vlaanderen zullen bepalen. Ten eerste wil men de 'metropolitane allure' van Vlaanderen versterken zodat Vlaanderen aantrekkelijk blijft voor het buitenland en zo onze welvaart verzekerd is. Daarnaast moet de menselijke beleving van kleinschaligheid behouden blijven. Men moet de 'mensenmaat' van Vlaanderen koesteren, want Vlaanderen moet ook aantrekkelijk blijven voor zijn eigen inwoners. Ten derde moet Vlaanderen een meer 'veerkrachtige ruimte' worden. Vlaanderen moet minder kwetsbaar worden voor klimaatverandering, daarvoor moet de versnipperde ruimte transformeren. Meer open ruimte dat ondersteund wordt door een netwerk van groene verbindingen en waterlopen is daarvoor essentieel<sup>135</sup>.

## RELANCE BRV - 2014

In 2014 nam minister Schauvliege de fakkel over van voormalig minister Muylers en blies opnieuw leven in het BRV nadat het proces volledig was stilgevallen onder minister Muylers. Ze 'relanceerde' het BRV door te starten aan de opmaak van het Witboek in samenspraak met de verschillende maatschappelijke partners. Dit leverde een voorlopige werktekst op in november 2015<sup>136</sup>. Opvallend in de werktekst is de duidelijke en radicale keuze voor kernversterking in combinatie mét duurzame mobiliteit onder de vorm van (hoogwaardig) collectief vervoer<sup>137</sup>. Het voorlopige Witboek sluit zo nauwer aan bij vooruitstrevende ruimtelijke concepten als *Transit Oriented Development* en laat blijken van een verscherpte ambitie ten opzichte van het Groenboek om de Vlaamse ruimte fundamenteel te gaan veranderen

## BETONSTOP 2050/ 2040 - 2016

Na een lange (media-)stilte kwam het BRV en de toekomstplannen voor de Vlaamse ruimte opnieuw onder de aandacht onder de noemer 'betonstop' in mei 2016. Minister Schauvliege lichtte via de media de krijtlijnen van het nieuwe BRV toe, deze werden immers door de opmaak van het Witboek steeds concreter. De minister beweerde tegen 2050 een volledige betonstop te willen invoeren om zo de trend van open ruimte inname te keren. De betonstop zou betekenen dat er geen extra open ruimte meer zou mogen ingenomen worden door

huizen, industrie en wegen tegen 2050. Elk nieuw bouwproject zou dan moeten gecompenseerd worden door elders evenveel ruimte terug te geven aan de natuur. De maatregelen die Schauvliege voorstelde, waren allemaal gericht op de Vlaming dichter bij elkaar te doen gaan wonen en efficiënter te doen omspringen met de grond die we hebben. Naast de betonstop zou de minister op korte termijn de verouderde verkavelingsvoorschriften willen afschaffen, waardoor het eenvoudiger zou worden om te grote eengezinswoningen uit de jaren zestig en zeventig te gaan afbreken of verbouwen ten voordele van meergezinswoningen of appartementen. Zeker in de dorpscentra zouden oude villa's hiervoor moeten wijken. Tegelijkertijd wou Schauvliege het dichter wonen leefbaar houden door een 'groennorm' in te voeren. Iedereen die bouwt zou op zijn bouwgrond een stuk groen moeten behouden. Daarnaast zouden slechtgelegen bouwgronden geruild moeten kunnen worden voor beter gelegen gronden en zullen 'pseudoboeren' niet meer zomaar een droomhoeve op het platteland kunnen kopen<sup>138</sup>.

Opvallend was de voorzichtige manier dat Schauvliege de 'betonstop' aanbracht. Ze noemde een volledige betonstop een 'ambitieuze' doel, maar ze wou niet meteen de oorlog verklaren aan de verkaveling: "Ik wil niets forceren. De bedoeling is een evolutie, geen revolutie. Het gaat om eigendommen van mensen, dat ligt gevoelig." Toen het Groenboek werd voorgesteld door minister Muylers werd het meteen afgekraakt, waarna het voorgoed in de diepste lade van toenmalige minister Muylers verdween. "Dat zal nu niet gebeuren.", verklaart Schauvliege veelbelovend<sup>139</sup>.

Niet lang na de toelichting van Schauvliege over de betonstop verscheen er evenwel sterke kritiek in de media. In Figuur 2.10 een overzicht van de krantenkoppen over de betonstop. Enerzijds kwam er meteen kritiek vanuit de politiek. Oppositiepartijen sp.a en Groen drongen aan op spoed, we mogen niet wachten tot 2050 op een betonstop want er verdwijnt elke dag 6 hectare open ruimte<sup>140</sup>. Sterker nog klonk de stem van vele ruimtelijke planners die zich uitlieten in de media. Ook zij bevestigden dat een betonstop in 2050 te laat zou komen. Vooral de academici uit het vakgebied ruimtelijke planning waren teleurgesteld in de krijtlijnen die ze via de media te horen kregen. Vele maatregelen die zij uit omvangrijk universitair onderzoek hebben opgemaakt, zoals oplossingen voor het overmatig autogebruik en de noodzakelijke energietransitie, werden niet vermeld in de beleidsplannen.

De experts die kritiek hadden, waaronder Luuk Boelens (UGent), Tom Coppens (UAntwerpen), Pascal de Decker (KU Leuven), Dirk Lauwers (UAntwerpen/UGent), Michael Ryckewaert (VUB) en anderen, schreven vervolgens een eensgezind artikel "Maakt minister Schauvliege er zich niet te gemakkelijk van af voor de ruimtelijke ordening?". De experts vormden zo een front tegen Schauvliege: de voorgestelde maatregelen op zich worden wel beaamd, maar ze zijn duidelijk ontoereikend.<sup>141</sup> Toevallig openden nog geen week later de hemelsluizen, waardoor Vlaanderen op vele plaatsen overstromde. Plots werd de betonstop heel urgent. Deze 'sense of urgency' deed heel wat mensen, inclusief weerman Frank De Boosere, het tijdschema van de betonstop verder in twijfel trekken. Opnieuw verschenen heel wat opiniestukken in de media die nu de kaart konden trekken van overstromingen, waterschade, onverantwoord bouwen in overstromingsgebieden en daaraan verbonden maatschappelijke kosten<sup>142</sup>.

Het lijkt alsof de vooropgestelde lange termijn van de betonstop hetzelfde gebrek aan daadkracht vertoont als het proces van het BRV zelf. Het beleid durft niet kordaat te kiezen. Men stelt uit. Waarom zijn de overheidsinitiatieven niet krachtiger? Waarom drukt Schauvliege niet vandaag al op de pauzeknop? Leo Van Broeck gelooft dat de voorgestelde betonstop het begin is van een 'zeer, zeer grote ommekeer' en geeft de volgende verklaring in een artikel van de Tijd:

"Je kan Schauvliege bekritisieren, omdat ze maar een betonstop voorstelt in 2050, terwijl die er al veel vroeger zou moeten komen. Het lijkt alsof je tegen de meest obese man van Europa zegt dat hij wat trager dikker moet worden, om hem te zien sterven op 210 in plaats van 240 kilo. Maar ik denk dat ze ambitieuzer is dan ze laat uitschijnen, en voorzichtig een draagvlak wil creëren. Schrijft u haar plan dus niet de vernieling in. Dat zou onterecht zijn."<sup>143</sup>

**Maakt minister Schauvliege er zich niet te gemakkelijk van af voor de ruimtelijke ordening?**

CRITICI MISSEN AMBITIE IN PLAN SCHAUVLIEGE VOOR 'BETONSTOP'

'Pas in 2050 stoppen met verkavelen is veel te laat'

**Experts: "Betonstop moet sneller"**

Bouwsector vindt dat met plan-Schauvliege niet getalmd mag worden tot 2050

VOOR VERDICHTING IS ER IS ALLANG EEN DRAAGVLAK

In 2050 is er geen ruimte meer om te redden

**"Vlaanderen groener tegen 2030. Dat is ambitieus, Joke!"**

EXPERTS NIET ONDER INDRUK VAN 'BETONSTOP' SCHAUVLIEGE

"Die betonstop moet nu beginnen. Onmiddellijk"

Zonder snelle actie dreigt nog meer wateroverlast

'Betonstop pas in 2050: waar hálén we het?'

'Joke Schauvliege is weer niet ambitieus genoeg'

Overstromingsgebied, maar bouwen mag nog altijd

Een regenstop tegen 2050 zit er niet meteen in

**Na de wateroverlast: is Vlaanderen echt volgebouwd?**

**"Overstromingen zijn onze eigen schuld"**

FRANK DEBOOSERE TREKT AAN ALARMBEL EN PLEIT VOOR ONMIDDELLIJKE BETONSTOP

Figuur 2.10: een reeks krantenkoppen over de betonstop naar aanleiding van de wateroverlast

Ook Luc Boelens, planoloog aan de Ugent, beweert dat Schauvliege niet wil riskeren dat haar plan helemaal in duigen valt door veel te snel te gaan. Kritiek van de professional kan Schauvliege verdragen, wetende dat de experts hoe dan ook open staan voor vooruitstrevendere beleidsmaatregelen. Kritiek over té vooruitstrevende maatregelen daarentegen zou het draagvlak voor verandering, dat stilaan begint op te bouwen bij de brede bevolking, opnieuw doen verdampen. Ze steekt daarom voorzichtig een teen in het water, tenslotte komen haar voorstellen wel neer op een radicale breuk met meer dan een halve eeuw wooncultuur. Schauvliege's uitspraak "De bedoeling is een evolutie, geen revolutie." lijkt deze veronderstellingen te bevestigen. Bovendien is kritiek vanuit de brede bevolking ook effectief uitgebleven. Luc Boelens stelt echter de gevolgen van deze 'media-strategie' scherp vast:

"De enige optie om het zieke ruimtelijkeordeningsbeleid in Vlaanderen te genezen, lijkt het eerst nog wat verder uit de hand te laten lopen. (...)Tenzij Schauvliege veel ambitieuzer is dan ze laat uitschijnen, krijgt Vlaanderen eerst nog meer lintbebouwing, nog meer verkavelingen, nog meer files en nog meer luchtverontreiniging."<sup>144</sup>

30 november 2016 werd het Witboek – een beetje tegen de verwachting in – redelijk vlot officieel goedgekeurd door de Vlaamse Regering, net op tijd voor de Vlaamse klimaatop op 1 december 2016. Een belangrijke wijziging werd hierin opgenomen: de betonstop werd vervroegd naar 2040. Volgens sommige critici nog steeds véél te laat, maar toch een moedige poging van minister Schauvliege en Ruimte Vlaanderen om de kritiek van de experts ter harte te nemen en de ambitie van het ruimtelijk beleid op te schroeven.

## WITBOEK – 2017

Na de goedkeuring door de Vlaamse regering werd er in februari 2017 een officieel Witboek gepubliceerd – zowel een samengevatte brochure als de uitgebreide versie – zijn online terug te vinden.



Figuur 2.11: voorpagina van de vereenvoudigde brochure over het Witboek



Het **Witboek** vormt de tweede fase in het proces naar een nieuw BRV. De beleidsvisie en strategieën geformuleerd in het Groenboek werden in een partnerschap verder getoetst aan de hand van concrete vraagstukken en op die manier verder uitgewerkt. Het Witboek bestaat uit twee delen: enerzijds de strategische visie – die veel scherper wordt geformuleerd dan in het Groenboek – en anderzijds de operationalisering ervan – uitgedrukt aan de hand van beleidskaders.

De strategische visie ligt vanzelfsprekend in de lijn van de inhoud van het Groenboek en wordt hier dan ook niet uitgebreid toegelicht. Op enkele punten is het Witboek wel aangescherpt. Men legt nu de nadruk op het koppelen van ruimtelijke ontwikkeling aan collectieve vervoersstromen en legt de beleidsambitie zo meer richting *Transit Oriented Development*. Men wil daarnaast de mogelijkheid vergroten om gebruik te maken van geïntegreerde gebiedsontwikkeling om een antwoord te formuleren op veel voorkomende bovenlokale ruimtelijke vraagstukken. Er is ook meer aandacht voor innovatie: men wil ruimte laten voor de ontwikkeling van innovatieve projecten en ook een bijhorend beleidskader ontwikkelen. Men wil ten laatste meer aandacht geven aan de randstedelijke omgeving – omdat daar veel kansen liggen op vlak van ruimtelijk rendement – en aan landelijke gebieden – door ook deze kansen te bieden door een ontwikkelingsperspectief aan te reiken.

Het tweede luik van het Witboek – de operationalisering – bevat aanzetten tot de realisatie van het beleid en bestaat uit beleidskaders. Het eerste beleidskader “ruimtelijk rendement” bevat verschillende beleidslijnen: hoe bijkomend ruimte-beslag afremmen, hoe zorgvuldig ruimtegebruik stimuleren, hoe ruimtelijk rendement locatie-specifiek gaan toepassen en ten laatste een beleidslijn bijzonder relevant voor deze thesis: hoe ruimtelijk rendement inbedden in onze bouwcultuur. Men spreekt er over ‘de sterk verankerde (nieuw)bouwcultuur’ en dat een ‘bewustwording om klassiek ruimtegebruik te verruilen voor meer ruimte-sparende alternatieven’ tijd nodig heeft. Men blijkt gerichte bewustmaking als operationele doelstelling vast te leggen en ziet dit vooral als ‘sensibiliseren en het verspreiden van kennis en goede praktijkvoorbeelden, ten aanzien van verschillende doelgroepen: vakverenigingen, beroepsopleidingen, onderwijs, politici, stedenbouwkundig ambtenaren, projectontwikkelaars, bouwsector, ondernemingen en de burger’. De aanzet tot een concreet actieprogramma bestaat uit volgende initiatieven:

- Individuele bouwers via campagnes bewustmaken van alternatieven en de kostprijs ervan.
- Leerlingen kennis leren maken met ruimtelijk rendement en hen hiervan het belang laten inzien.
- Ruimtelijk rendement integreren in ontwerp-opleidingen op school en bij professionelen in de bouwsector.
- Beleidsmakers ruimtelijk rendement laten toepassen in hun beleidsinitiatieven.
- Stimuleren van projecten van ruimtelijk rendement.

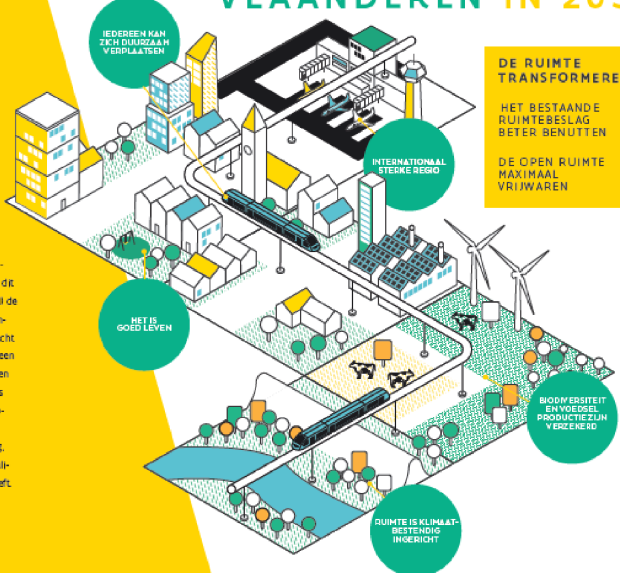
Daarnaast is er ook een beleidskader ‘ruimtelijke ruggengraat voor een internationaal concurrentiële economie’, een beleidskader ‘logistiek netwerk’ die zich focust op het verwerken van goederenstromen en een beleidskader ‘ruimte voor energie’, ‘robuuste en samenhangende open ruimte’ en ten laatste ‘provinciale, bovenlokale en lokale programmering’. Elk van deze beleidskaders bevat opnieuw verschillende beleidslijnen die elk bepaald worden door operationele doelstellingen en actieprogramma’s.



## Strategische doelstellingen

Het perspectief voor de toekomst schiet het beeld naar wijk Vlaanderen de Vlaamse overheid, samen met alle bij de ruimtelijke ontwikkeling betrokken partners, zowel besuren, middelveid als burgers, maatschappelijk en ruimtelijk wil evolueren. Het ruimtelijk beleid maakt keuzes om een duurzame ontwikkeling van de ruimte mogelijk te maken. De economische, sociale en ecologische invalshoek komen hierbij gelijktijdig en evenwichtig aan bod. Ruimtelijk betekent dit inzetten op een evenwichtige ontwikkeling om (1) de metropoolaan allure te versterken, (2) de mensmaat in de ruimte te koesteren en (3) de veerkracht van de ruimte te verhogen. Vlaanderen blijft zo een innovatieve regio van wereldformaat waar mensen zich thuis voelen en elkaar ontmoeten. In 2050 is het ook een veerkrachtige ruimte die maatschappelijke ontwikkeling mogelijk maakt, zelfs getit op de mondiale grilligheden klimaatverandering, energie- en voedselvoorraden, demografie, globalisering waar het Vlaams beleid weinig vast op heeft.

## VLAANDEREN IN 2050



**IJEDEREEN KAN ZICH DUURZAAM VERPLAATSEN**

**INTERNATIONAAL STEEKRE**

**HET IS GOED LÉVEN**

**DE RUIMTE TRANSFORMEREN**  
HET BESTAANDE RUIMTEBESLAG BETER BENUTTEN  
DE OPEN RUIMTE MAXIMAAL VRIJWAREN

**BOODWERSITEIT EN VOEDSEL PRODUCTIE ZIJN VERBODEND**

**RUIMTE IS KLIMAAT-BESTENDIG OF INGEBICHT**

### RUIMTELIJKE PRINCIPES

- RUIMTELIJK RENDEMENT VERHOGEN IN HET NIEUW RUIMTEBESLAG HET EEN ZORGVULDESIJDE RUIMTEBESLAG**  
Nieuwe ruimtelijke behoeften maatschappelijke ontwikkelingen krijgen zoveel mogelijk een plaats binnen het huidige ruimtebeslag. Het verhogen van het ruimtelijk rendement resulteert in een efficiënter of hernieuwd gebruik van al ingenomen ruimte. Ruimtelijke projecten voorzien in een verhoging van het ruimtelijk rendement door een geschikte, elastische, verscheidene combinatie van intensivering, verweving inclusief gemeenschappelijk gebruik, hergebruik en tijdelijk ruimtegebruik. Zie figuur hieraan.
- RENDEMENTSVORHOEGING HET NAAUWKEURIG VOOR LEBFWAALTEIT, RUIMTEBESLUITEN EN VERHOEDEN OBBEKENING**  
Het verhogen van het ruimtelijk rendement moet de leefbaarheid zoveel mogelijk verhogen

en zeker niet aanpakten Rendementsverhogingen gaan gepaard met het verhogen van de klimaatbestendigheid van het ruimtebeslag. Voornamelijk via groenblauwe doordringing en het voorzien in hernieuwbare energie. Het aandeel van verhoging, ook binnen het ruimtebeslag, moet beperkt blijven. Ruimtelijk rendement wordt lokaal maatwerk en inductivering van de gemeentelijke keuzes. Zowel op perceelniveau als voor grote gebieden is maatwerk aan de orde.

**RENDEMENTSKANSEN ZIJN LOCALISEREN**  
De kansen voor rendementsverhoging hangen af van de ligging in het duurzaam vervoersnetwerk voor personen of goederen, de nabijheid van voorzieningen en de ligging ten opzichte van de open ruimte en groenblauwe aders. Waar rendementkansen gering zijn, kan dit ook leiden tot minder intensief ruimtegebruik of omkeertar ruimtegebruik.

**VERWEVING**  
Verweving is het samenbrengen van verschillende activiteiten in dezelfde ruimte. Activiteiten mogen elkaar niet in de weg staan en de hoofd-functie is gegarandeerd. Verweving kan een ruimte geschikt of op verschillende momenten gebruiken voor meerdere activiteiten. Het gemeenschappelijk gebruik van ruimte, infrastructuur en een vorm van verweving.

**INTENSIVERING**  
Intensivering is het verhogen van het aantal activiteiten binnen dezelfde ruimte. Ruimtelijke ingehouden activiteiten, stalen, ondergrondse stalen en andere vormen en veranderen kunnen intensivering bereiken. Intense ingehouden stalen omvangdub of op het dat op het van de efficiëntie bereikt van bestaande percelen of gebouwen, is een vorm van intensivering.

**HERGEBRUIK**  
Hergebruik is het opnieuw benutten van bestaande gebouwen, gebouwen en constructies die bij het niet meer worden gebruikt. Hergebruik betekent vooral hergebruik van bestaande gebouwen van vandaag. Kansen vanuit bodemenergie worden hergebruikt is een herdoel om een ruimte efficiënter te gebruiken dan in de oorspronkelijke toestand.

**TIJDELIJK RUIMTEBESLAG**  
Tijdelijk ruimtegebruik is het inzetten van activiteiten in een ruimte die is bedoeld voor andere doeleinden op een ander of later moment. De tijdelijke activiteit mag een doeleinde anders gebruik niet verstoren en is dus onderhevig aan de nodige te organiseren op coördinatie anders gebruik bij nieuwbouw en constructies aanbieder of verhuurder te organiseren zodat het gebruik ervan doeltreffend de tijd kan veranderen.

Figuur 2.12: enkele pagina's uit het Witboek

Het Witboek is in vele opzichten concreter dan het Groenboek. Enerzijds formuleert men inhoudelijk scherpere ruimtelijke antwoorden en probeert men deze ook visueel te verduidelijken aan de hand van ruimtelijke tekeningen (axonometrieën), waardoor antwoorden vanzelfsprekend concreter voorgesteld worden dan met behulp van bijvoorbeeld foto's zoals in het Groenboek. Anderzijds maakt men ook ambitieuzere keuzes dan in het Groenboek, zoals de keuze vóór collectieve vervoersstromen en dus vóór TOD en de keuze om de bijkomende ruimte-inname te beperken tot 2040 in plaats van 2050.

### **NAAR EEN BRV?**

Het proces en de timemanagement van het Beleidsplan Ruimte Vlaanderen moet wel bekritiseerd worden. Oorspronkelijk zou er in 2013 een Witboek moeten hebben gelegen en eind 2014 een Ontwerp Beleidsplan. Een Witboek kwam er pas nadat minister Schauvliege de fakkel overnam van Philippe Muyters in 2014 en besloot om het Beleidsplan Ruimte Vlaanderen te relanceren – dat omwille van electorale redenen was stilgevallen. In november 2015 werd een werktekst voor het Witboek voorgesteld. Ook de uitgestelde datum van eind 2016 om een Ontwerp Beleidsplan klaar te hebben zou niet gehaald worden<sup>145</sup>, toen lag het Witboek er pas. Er heerste ten tijde van het Groenboek al heel wat onduidelijk over hoe men zou evolueren van het RSV over het Groenboek en Witboek naar het BRV en op welk tijdschema dit effectief zou gebeuren<sup>146</sup>. Over de loop van deze thesis leek dit proces gepaard gaat met heel wat getreuzel en uitstel en was het lange tijd onduidelijk wanneer het Ontwerp-BRV wél klaar zou zijn en of dit document dan ook goedgekeurd zou worden. Sinds eind 2016 – bij de goedkeuring van het Witboek – heeft men wel een nieuwe planning bekend gemaakt: tegen de zomer van 2017 zou het Ontwerp-BRV er moeten liggen<sup>147</sup>. Over een termijn voor het officiële BRV blijft het echter stil. Het ontwikkelen van het BRV blijkt alvast een zeer moeizaam proces waar echte daadkracht ontbreekt, anders had er al lang een BRV op de tafel gelegen.

## 2.4. Conclusie

Het gevoerde politieke beleid (of eerder gebrek aan ruimtelijk beleid) heeft ervoor gezorgd dat het individuele initiatief en de woonkeuzes van de gezinnen bepalend werden voor de ruimtelijke ontwikkeling in Vlaanderen, resulterend in het alomtegenwoordige verspreide en lineaire bebouwingspatroon. Het woonideaal van de alleenstaande woning in het groen en de bijhorende verworven vrijheden zijn intussen deel geworden van de Vlaamse wooncultuur. Het RSV heeft getracht om een ommekeer in te zetten op dit vlak, maar door de relatief beperkte impact ervan kan gesteld worden dat de ruimte in Vlaanderen nog steeds niet efficiënt gebruikt wordt. Nieuwe ruimtelijke beleidsplannen, die verder bouwen op de ruimtelijke concepten van *Transit Oriented Development*, zijn ambitieus maar ontbreken voorlopig nog aan daadkracht en echte werving van het brede publiek om de noodzakelijke mentaliteitswijziging te stimuleren.

---

<sup>1</sup> Braem, *Het lelijkste land ter wereld*.

<sup>2</sup> Stefan Devoldere, "Wijlen de fermette-Vlaming", *De Standaard*, 5 maart 2016, [http://www.standaard.be/cnt/dmf20160304\\_02165574](http://www.standaard.be/cnt/dmf20160304_02165574); Leo Van Broeck, "Expertenadvies sensibilisering bouwcultuur en ruimtelijk rendement." (Vlaamse Overheid - Ruimte Vlaanderen, 2014), [http://www2.vlaanderen.be/ruimtelijk/onderzoek/studies/RUREO\\_expertenadvies\\_BogdanVanBroeck.pdf](http://www2.vlaanderen.be/ruimtelijk/onderzoek/studies/RUREO_expertenadvies_BogdanVanBroeck.pdf).

<sup>3</sup> Filip Canfyn, *Het syndroom van verkavelingsvlaanderen: Een radicaal pleidooi voor stedelijk wonen*, Urban notebooks / Stadsschriften / Cahiers urbains 10 (Brussel: VUBpress, 2014).

<sup>4</sup> Kristiaan Borret, "Nevelstad spotting: analyses vanuit concreet-ruimtelijke invalshoek", *Ruimte en Planning* 22, nr. 3 (2002): 244-244, <https://biblio.ugent.be/publication/328542/file/6791365>.

<sup>5</sup> *Encyclo*, geraadpleegd 10 november 2016, [www.encyclo.nl/begrip/verstrooid](http://www.encyclo.nl/begrip/verstrooid).

<sup>6</sup> "Files in 2015 zwaarder en langer (behalve waar gewerkt is aan de weg)", *Knack Trends*, 20 maart 2016, <http://trends.knack.be/economie/beleid/files-in-2015-zwaarder-en-langer-behalve-waar-gewerkt-is-aan-de-weg/article-normal-680601.html>.

<sup>7</sup> Bart Eeckhout, "Een eigen huis, een plek in de file", *De Morgen*, 5 maart 2016.

<sup>8</sup> Canfyn, *Het syndroom van verkavelingsvlaanderen*; Van Broeck, "Expertenadvies sensibilisering bouwcultuur en ruimtelijk rendement."

<sup>9</sup> Van Broeck, "Expertenadvies sensibilisering bouwcultuur en ruimtelijk rendement."; *Milieurapport*, geraadpleegd 12 november 2016, [www.milieurapport.be/nl/feitencijfers/milieuthemas/versnippering/](http://www.milieurapport.be/nl/feitencijfers/milieuthemas/versnippering/).

<sup>10</sup> Van Broeck, "Expertenadvies sensibilisering bouwcultuur en ruimtelijk rendement.", 8.

<sup>11</sup> André Loeckx en Marc Martens, "Groepswoningbouw: een balans, een perspectief" (SUN Amsterdam, 2009), 26.

<sup>12</sup> Van Broeck, "Expertenadvies sensibilisering bouwcultuur en ruimtelijk rendement."

<sup>13</sup> Canfyn, *Het syndroom van verkavelingsvlaanderen*.

<sup>14</sup> Bruno De Meulder e.a., "Sleutelen Aan Het Belgische Stadslandschap", *Oase: Tijdschrift Voor Architectuur*, nr. 52 (1999): 78-112.

<sup>15</sup> AWJGGRAUaDVVTAT, *The Ambition of the Territory: Vlaanderen Als Ontwerp* (Antwerpen: Vlaams architectuur instituut, 2012), <https://issuu.com/vlaanderen-be/docs/ad85b67d-3021-42c6-b607-8446afa1d1ca>; Thomas Verbeek e.a., "Vlaamse ruimtelijke ordening en/door het lint" (Amsterdam: Stichting Planologische Discussiedagen, 2010), 11, <https://biblio.ugent.be/publication/957666/file/957698.pdf>.

- 
- <sup>16</sup> AWJGGRAUaDVVTAT, *The Ambition of the Territory*.
- <sup>17</sup> De Meulder e.a., "Sleutelen Aan Het Belgische Stadslandschap".
- <sup>18</sup> AWJGGRAUaDVVTAT, *The Ambition of the Territory*.
- <sup>19</sup> De Meulder e.a., "Sleutelen Aan Het Belgische Stadslandschap"; AWJGGRAUaDVVTAT, *The Ambition of the Territory*; Verbeek e.a., "Vlaamse ruimtelijke ordening en/door het lint".
- <sup>20</sup> Verbeek e.a., "Vlaamse ruimtelijke ordening en/door het lint", 3.
- <sup>21</sup> AWJGGRAUaDVVTAT, *The Ambition of the Territory*, 16.
- <sup>22</sup> Van Broeck, "Expertenadvies sensibilisering bouwcultuur en ruimtelijk rendement."
- <sup>23</sup> Canfyn, *Het syndroom van verkavelingsvlaanderen*.
- <sup>24</sup> Ibid.; Pascal De Decker, "Understanding Housing Sprawl: The Case of Flanders, Belgium", *Environment and Planning A* 43, nr. 7 (2011): 1634-1654.
- <sup>25</sup> Canfyn, *Het syndroom van verkavelingsvlaanderen*; Verbeek e.a., "Vlaamse ruimtelijke ordening en/door het lint".
- <sup>26</sup> De Meulder e.a., "Sleutelen Aan Het Belgische Stadslandschap"; AWJGGRAUaDVVTAT, *The Ambition of the Territory*.
- <sup>27</sup> De Meulder e.a., "Sleutelen Aan Het Belgische Stadslandschap".
- <sup>28</sup> Canfyn, *Het syndroom van verkavelingsvlaanderen*, 24.
- <sup>29</sup> André Loeckx en Bruno De Meulder, "Wonen op zoek naar stedelijkheid, dichtheid en duurzaamheid: debatten, realiteiten, perspectieven", *De eeuw van de stad: over stadsrepublieken en rastersteden*, 2003, 274, <http://repository.tue.nl/655571>.
- <sup>30</sup> Canfyn, *Het syndroom van verkavelingsvlaanderen*.
- <sup>31</sup> Verbeek e.a., "Vlaamse ruimtelijke ordening en/door het lint"; Verheyen, "Kavel per kavel? Onderzoek naar duurzame alternatieven voor de klassieke verkaveling in Vlaanderen [masterproef]".
- <sup>32</sup> Canfyn, *Het syndroom van verkavelingsvlaanderen*.
- <sup>33</sup> Ibid.
- <sup>34</sup> Ibid., 25.
- <sup>35</sup> Karina Van Herck en Tom Avermaete, *Wonen in welvaart: woningbouw en wooncultuur in Vlaanderen 1948-1973* (Rotterdam: 010 Publishers, 2006); Canfyn, *Het syndroom van verkavelingsvlaanderen*.
- <sup>36</sup> Hilde Heynen, "Belgium and the Netherlands: Two Different Ways of Coping with the Housing Crisis, 1945-1970", *Home Cultures* 7, nr. 2 (2010): 159-178, [https://lirias.kuleuven.be/bitstream/123456789/263329/1/homecultures\\_2010.pdf](https://lirias.kuleuven.be/bitstream/123456789/263329/1/homecultures_2010.pdf).
- <sup>37</sup> Michael Ryckewaert e.a., *Een woonmodel in transitie: toekomstverkenning van het Vlaamse wonen* (Antwerpen: Garant, 2012); Van Herck en Avermaete, *Wonen in welvaart*.
- <sup>38</sup> Els De Vos, *Hoe zouden we graag wonen?: woonvertogen in Vlaanderen tijdens de jaren zestig en zeventig* (Leuven: Universitaire pers Leuven, 2012), 34.
- <sup>39</sup> De Meulder e.a., "Sleutelen Aan Het Belgische Stadslandschap", 89.
- <sup>40</sup> Bruno De Meulder, "De Belgische stedenbouw en de belofte van de welvaart 1945-1975. 10 punten over de veranderende productie van het wonen" (010/ VAI/ Centrum Vlaamse Architectuurarchieven Rotterdam/ Antwerpen, 2006); Canfyn, *Het syndroom van verkavelingsvlaanderen*.
- <sup>41</sup> Van Herck en Avermaete, *Wonen in welvaart*.
- <sup>42</sup> Canfyn, *Het syndroom van verkavelingsvlaanderen*, 25.
- <sup>43</sup> Van Herck en Avermaete, *Wonen in welvaart*.
- <sup>44</sup> Karel Verhoeven, "Het huis onze dromen", *De Standaard*, 16 december 2006, [www.standaard.be/artikel/detail.aspx?artikelid=GNV15NU94](http://www.standaard.be/artikel/detail.aspx?artikelid=GNV15NU94); Verheyen, "Kavel per kavel? Onderzoek naar duurzame alternatieven voor de klassieke verkaveling in Vlaanderen [masterproef]".

- 
- <sup>45</sup> De Vos, *Hoe zouden we graag wonen?*, 263.
- <sup>46</sup> Canfyn, *Het syndroom van verkavelingsvlaanderen*.
- <sup>47</sup> Ibid., 26.
- <sup>48</sup> Pisman, Allaert, en Lombaerde, "Ideaal wonen vanuit het perspectief van de bewoner".
- <sup>49</sup> Canfyn, *Het syndroom van verkavelingsvlaanderen*, 26.
- <sup>50</sup> Canfyn, *Het syndroom van verkavelingsvlaanderen*; Els De Vos en Hilde Heynen, "Shaping Popular Taste: The Belgian Farmers' Association and the Fermette during the 1960s–1970s", *Home Cultures* 4, nr. 3 (2007): 237–259, <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.2752/174063107X247260>; Anneleen Vermunicht, "De vrijstaande passiefwoning versus duurzame ruimtelijke ordening in Vlaanderen. Onderzoek naar de bestaande suburbane woningvoorraad in Vlaanderen [masterproef]" (Katholieke Universiteit Leuven, 2013).
- <sup>51</sup> Canfyn, *Het syndroom van verkavelingsvlaanderen*, 26.
- <sup>52</sup> Van Broeck, "Expertenadvies sensibilisering bouwcultuur en ruimtelijk rendement."
- <sup>53</sup> Canfyn, *Het syndroom van verkavelingsvlaanderen*, 27.
- <sup>54</sup> De Meulder e.a., "Sleutelen Aan Het Belgische Stadslandschap".
- <sup>55</sup> Erik Grietens, *Vlaanderen in de knoop: een uitweg uit de ruimtelijke wanorde* (Brussel: ASP, 2009).
- <sup>56</sup> Van Broeck, "Expertenadvies sensibilisering bouwcultuur en ruimtelijk rendement."
- <sup>57</sup> Ibid., 9.
- <sup>58</sup> Verbeek e.a., "Vlaamse ruimtelijke ordening en/door het lint".
- <sup>59</sup> Verheyen, "Kavel per kavel? Onderzoek naar duurzame alternatieven voor de klassieke verkaveling in Vlaanderen [masterproef]", 37.
- <sup>60</sup> Verbeek e.a., "Vlaamse ruimtelijke ordening en/door het lint".
- <sup>61</sup> De Vos en Heynen, "Shaping Popular Taste".
- <sup>62</sup> Ulrich Beck, *Risk Society: Towards a New Modernity*, Theory, Culture and Society (London: Sage, 1992); Anthony Giddens, *Modernity and Self-Identity: Self and Society in Late Modern Age* (Cambridge: Polity press, 1991).
- <sup>63</sup> Thomas Verbeek e.a., "Public and Private Use of Open Space in a Densely Urbanized Context" (Espoo: Aalto University, School of Science and Technology, Centre for Urban and Regional Studies, 2010), 26.
- <sup>64</sup> De Vos, *Hoe zouden we graag wonen?*
- <sup>65</sup> Canfyn, *Het syndroom van verkavelingsvlaanderen*; Verbeek e.a., "Vlaamse ruimtelijke ordening en/door het lint".
- <sup>66</sup> De Meulder e.a., "Sleutelen Aan Het Belgische Stadslandschap", 90.
- <sup>67</sup> De Decker, "Understanding Housing Sprawl".
- <sup>68</sup> De Vos, *Hoe zouden we graag wonen?*
- <sup>69</sup> Van Broeck, "Expertenadvies sensibilisering bouwcultuur en ruimtelijk rendement."
- <sup>70</sup> Braem, *Het lelijkste land ter wereld*; Canfyn, *Het syndroom van verkavelingsvlaanderen*; De Vos en Heynen, "Shaping Popular Taste".
- <sup>71</sup> Geert Bekaert en Francis Strauven, *Bouwen in België 1945 - 1970* (Brussel: Nationale confederatie van het bouwbedrijf, 1971), 40; Eline Daniels, "Sleutelen aan het landelijke woonideaal in Vlaanderen - Een ontwerpend onderzoek [masterproef]" (Katholieke Universiteit Leuven, 2013).
- <sup>72</sup> Canfyn, *Het syndroom van verkavelingsvlaanderen*.
- <sup>73</sup> Bart De Peuter e.a., "Op zoek naar draagvlak voor een nieuw ruimtelijk beleid in Vlaanderen: leren van het Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen", *Ruimte & Maatschappij* 2, nr. 3 (2011): 29.

- 
- <sup>74</sup> Louis Albrechts, interview door Bart Biesbrouck op 23/04/2013, Project 50 jaar wet op de stedenbouw CVAa, CVAa, Antwerpen, 2013.
- <sup>75</sup> Stijn Oosterlynck en Pascal Debruyne, "Plannen voor een meervoudige toekomst. Interview met Louis Albrecht", *Ruimte en planning: tijdschrift voor ruimtelijke planning, stedenbouw en huisvesting* 28 (2008): 63, [https://lirias.kuleuven.be/bitstream/123456789/198686/1/RP02\\_06\\_Oosterlynck\\_PROOF \[22 May 2008\].pdf](https://lirias.kuleuven.be/bitstream/123456789/198686/1/RP02_06_Oosterlynck_PROOF_[22_May_2008].pdf).
- <sup>76</sup> Albrechts, interview door Bart Biesbrouck op 23/04/2013; De Peuter e.a., "Op zoek naar draagvlak voor een nieuw ruimtelijk beleid in Vlaanderen"; Oosterlynck en Debruyne, "Plannen voor een meervoudige toekomst. Interview met Louis Albrecht".
- <sup>77</sup> Albrechts, interview door Bart Biesbrouck op 23/04/2013; Oosterlynck en Debruyne, "Plannen voor een meervoudige toekomst. Interview met Louis Albrecht"; Architecture Workroom Brussels, "Naar een visionaire woningbouw. Kansen en opgaven voor een trendbreuk in de Vlaamse woonproductie" (Vlaams Bouwmeester, 2012), <http://www.vlaamsbouwmeester.be/nl/publicaties/naar-eeen-visionaire-woningbouw>.
- <sup>78</sup> Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, *Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen* (Brussel: Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, 1997), <http://www.vliz.be/imisdocs/publications/234051.pdf>; Oosterlynck en Debruyne, "Plannen voor een meervoudige toekomst. Interview met Louis Albrecht".
- <sup>79</sup> Pisman, Allaert, en Lombaerde, "Ideaal wonen vanuit het perspectief van de bewoner".
- <sup>80</sup> Wiet Vandaele, "Duurzame stedenbouw", A+, 2003.
- <sup>81</sup> Louis Albrechts en Charles Vermeersch, *Ruimtelijk structuurplan Vlaanderen: inspraakrapport 1993. 1: reacties op de brochure Vlaanderen voor liefhebbers* (Brussel: Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, 1994); Peter Triest en Wiet Vandaele, "Verhaal zkt. Vertellers", *Ruimte*, 2011.
- <sup>82</sup> Albrechts, interview door Bart Biesbrouck op 23/04/2013; Oosterlynck en Debruyne, "Plannen voor een meervoudige toekomst. Interview met Louis Albrecht".
- <sup>83</sup> Albrechts, interview door Bart Biesbrouck op 23/04/2013; Oosterlynck en Debruyne, "Plannen voor een meervoudige toekomst. Interview met Louis Albrecht".
- <sup>84</sup> Joris Voets e.a., "Evaluerend onderzoek naar de effectiviteit van de uitvoering van het ruimtelijk beleid in Vlaanderen. Voorbereidend onderzoek voor het Beleidsplan Ruimte" (Vlaamse Overheid - Departement Ruimtelijke Ordening, Woonbeleid en Onroerend Erfgoed, 2010), <http://repository.ubn.ru.nl/handle/2066/86803>.
- <sup>85</sup> Pisman, Allaert, en Lombaerde, "Ideaal wonen vanuit het perspectief van de bewoner"; Joris Voets e.a., "Flexibel plan werd ambtelijk en juridisch", *Ruimte* 2, nr. 8 (2010): 12–19.
- <sup>86</sup> Voets e.a., "Flexibel plan werd ambtelijk en juridisch", 15.
- <sup>87</sup> De Peuter e.a., "Op zoek naar draagvlak voor een nieuw ruimtelijk beleid in Vlaanderen".
- <sup>88</sup> Voets e.a., "Flexibel plan werd ambtelijk en juridisch".
- <sup>89</sup> De Peuter e.a., "Op zoek naar draagvlak voor een nieuw ruimtelijk beleid in Vlaanderen", 26.
- <sup>90</sup> Voets e.a., "Flexibel plan werd ambtelijk en juridisch", 19.
- <sup>91</sup> Voets e.a., "Flexibel plan werd ambtelijk en juridisch".
- <sup>92</sup> De Peuter e.a., "Op zoek naar draagvlak voor een nieuw ruimtelijk beleid in Vlaanderen"; Van Broeck, "Expertadvies sensibilisering bouwcultuur en ruimtelijk rendement."; Voets e.a., "Flexibel plan werd ambtelijk en juridisch".
- <sup>93</sup> Van Broeck, "Expertadvies sensibilisering bouwcultuur en ruimtelijk rendement."
- <sup>94</sup> Pisman, Allaert, en Lombaerde, "Ideaal wonen vanuit het perspectief van de bewoner".
- <sup>95</sup> Van Broeck, "Expertadvies sensibilisering bouwcultuur en ruimtelijk rendement.", 9.
- <sup>96</sup> Peter Calthorpe, *The Next American Metropolis: Ecology, Community, and the American Dream* (New York: Princeton Architectural Press, 1993); Robert Cervero, *The transit metropolis: a global inquiry* (London: Island press, 1998); Carey Curtis, John L. Renne, en Luca Bertolini, *Transit oriented development: making it happen* (USA: Ashgate Publishing, Ltd.,

---

2009); Hank Dittmar en Gloria Ohland, *The New Transit Town: Best Practices In Transit-Oriented Development* (London: Island Press, 2004).

<sup>97</sup> Cervero, *The transit metropolis*.

<sup>98</sup> Robert Cervero, "Public Transport and Sustainable Urbanism: Global Lesson" (St. Louis, United States: Federal Reserve Bank of St Louis, 2006), [http://search.proquest.com.kuleuven.ezproxy.kuleuven.be/docview/1698186160?rfr\\_id=info%3Axi%2Fsid%3Aprimo](http://search.proquest.com.kuleuven.ezproxy.kuleuven.be/docview/1698186160?rfr_id=info%3Axi%2Fsid%3Aprimo); Jonas De Vos, Veronique Van Acker, en Frank Witlox, "The Influence of Attitudes on Transit-Oriented Development: An Explorative Analysis", *Transport Policy* 35 (2014): 326–329.

<sup>99</sup> Peter Newman en Jeffrey Kenworthy, "The Land Use—transport Connection: An Overview", *Land Use Policy* 13, nr. 1 (1996): 1–22.

<sup>100</sup> Robert Cervero en Cathleen Sullivan, "TODs for Tots", *Planning* 77, nr. 2 (2011): 26–31; Jane Jacobs, *The Death and Life of Great American Cities* (New York: Random House, 1961).

<sup>101</sup> Cervero en Sullivan, "TODs for Tots".

<sup>102</sup> Ibid.; De Vos, Van Acker, en Witlox, "The Influence of Attitudes on Transit-Oriented Development"; Peter Newman, "Planning for Transient Oriented Development: Strategic Principles", 2009, [http://espace.library.curtin.edu.au/R?func=dbin-jump-full&object\\_id=160200](http://espace.library.curtin.edu.au/R?func=dbin-jump-full&object_id=160200).

<sup>103</sup> Vishaan Chakrabarti, *A Country of Cities: A Manifesto for an Urban America* (New York: Metropolis Books, 2013).

<sup>104</sup> Cervero, "Public Transport and Sustainable Urbanism"; Jacobs, *The Death and Life of Great American Cities*; Newman, "Planning for Transient Oriented Development".

<sup>105</sup> Calthorpe, *The Next American Metropolis*; Newman, "Planning for Transient Oriented Development".

<sup>106</sup> Van Broeck, "Expertenadvies sensibilisering bouwcultuur en ruimtelijk rendement.", 14.

<sup>107</sup> Cervero en Sullivan, "TODs for Tots"; Newman en Kenworthy, "The Land Use—transport Connection".

<sup>108</sup> Cervero, "Public Transport and Sustainable Urbanism"; De Vos, Van Acker, en Witlox, "The Influence of Attitudes on Transit-Oriented Development".

<sup>109</sup> Matthias Blondia, "Een onderzoek naar het ruimtelijk sturend potentieel van een geïntegreerd regionaal openbaar vervoersproject voor de Vlaamse Nevelstad & Een netwerk van verknoopte corridors als strategie voor de transformatie van mobiliteits- en verstedelijkingspatronen" (KU Leuven. Arenberg doctoral school of science, engineering & technology, 2014), 262.

<sup>110</sup> Blondia, "Een onderzoek naar het ruimtelijk sturend potentieel van een geïntegreerd regionaal openbaar vervoersproject voor de Vlaamse Nevelstad & Een netwerk van verknoopte corridors als strategie voor de transformatie van mobiliteits- en verstedelijkingspatronen".

<sup>111</sup> Ibid.

<sup>112</sup> Cervero, "Public Transport and Sustainable Urbanism".

<sup>113</sup> Newman, "Planning for Transient Oriented Development".

<sup>114</sup> De Vos, Van Acker, en Witlox, "The Influence of Attitudes on Transit-Oriented Development".

<sup>115</sup> Ibid.

<sup>116</sup> *Regionet Leuven*, geraadpleegd 19 november 2016, <http://regionetleuvenbe.webhosting.be/opstart/>.

<sup>117</sup> Ibid.

<sup>118</sup> Michael Breheny, "Centrists, decentrists and compromisers: views on the future of urban form", *The compact city: A sustainable urban form*, 1996, 13–35, <https://books.google.be/books?hl=nl&lr=&id=MliRAGAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA10&dq=breheny+views+on+the+future+of+urban+form&ots=vXY0pO1bff&sig=oZZ4pUy0To62rTVoiJhbnaSEvo>; Jacobs, *The Death and Life of Great American Cities*.

<sup>119</sup> Breheny, "Centrists, decentrists and compromisers".

- 
- <sup>120</sup> Van Broeck, "Expertenadvies sensibilisering bouwcultuur en ruimtelijk rendement."; Canfyn, *Het syndroom van verkavelingsvlaanderen*.
- <sup>121</sup> Xaveer De Geyter e.a., *After-Sprawl, onderzoek naar de hedendaagse stad* (Antwerpen: NAI Uitgevers & deSingel, 2002); AWJGGRAUaDVVTAT, *The Ambition of the Territory*.
- <sup>122</sup> Van Broeck, "Expertenadvies sensibilisering bouwcultuur en ruimtelijk rendement.", 10.
- <sup>123</sup> Departement RWO, "Groenboek Beleidsplan Ruimte Vlaanderen: Vlaanderen in 2050 : mensenmaat in een metropool" (Vlaamse Overheid, 2012), [www2.vlaanderen.be/ruimtelijk/br2012/groenboek\\_beleidsplanruimte.pdf](http://www2.vlaanderen.be/ruimtelijk/br2012/groenboek_beleidsplanruimte.pdf); Blondia, "Een onderzoek naar het ruimtelijk sturend potentieel van een geïntegreerd regionaal openbaar vervoersproject voor de Vlaamse Nevelstad & Een netwerk van verknoopte corridors als strategie voor de transformatie van mobiliteits- en verstedelijkingspatronen"; Triest en Vandaele, "Verhaal zkt. Vertellers".
- <sup>124</sup> Departement RWO, "Groenboek Beleidsplan Ruimte Vlaanderen"; *Beleidsplan Ruimte Vlaanderen*, geraadpleegd 21 november 2016, <http://www.beleidsplanruimte.be/>.
- <sup>125</sup> Triest en Vandaele, "Verhaal zkt. Vertellers".
- <sup>126</sup> Departement RWO, "Ruimte voor morgen. Burgerparticipatie voor een groenboek beleidsplan ruimte" (Vlaamse Overheid, 2011), 11, [www.vlaanderen.be/nl/publicaties/detail/ruimte-voor-morgen](http://www.vlaanderen.be/nl/publicaties/detail/ruimte-voor-morgen).
- <sup>127</sup> Ibid., 5.
- <sup>128</sup> "Ruimte voor morgen wint Prijs voor Overheidscommunicatie", *Communicatie Vlaanderen*, 18 november 2011, <http://communicatie.vlaanderen.be/nlapps/docs/default.asp?id=882>.
- <sup>129</sup> Departement RWO, "Groenboek Beleidsplan Ruimte Vlaanderen".
- <sup>130</sup> SARO e.a., "Advies over het Groenboek Beleidsplan Ruimte Vlaanderen", 2012, [www.vlaanderen.be/nl/publicaties/detail/advies-over-het-groenboek-beleidsplan-ruimte-vlaanderen](http://www.vlaanderen.be/nl/publicaties/detail/advies-over-het-groenboek-beleidsplan-ruimte-vlaanderen).
- <sup>131</sup> Canfyn, *Het syndroom van verkavelingsvlaanderen*.
- <sup>132</sup> SARO e.a., "Advies over het Groenboek Beleidsplan Ruimte Vlaanderen".
- <sup>133</sup> Departement RWO, "Groenboek Beleidsplan Ruimte Vlaanderen", 2.
- <sup>134</sup> Blondia, "Een onderzoek naar het ruimtelijk sturend potentieel van een geïntegreerd regionaal openbaar vervoersproject voor de Vlaamse Nevelstad & Een netwerk van verknoopte corridors als strategie voor de transformatie van mobiliteits- en verstedelijkingspatronen", 65.
- <sup>135</sup> Departement RWO, "Groenboek Beleidsplan Ruimte Vlaanderen"; Blondia, "Een onderzoek naar het ruimtelijk sturend potentieel van een geïntegreerd regionaal openbaar vervoersproject voor de Vlaamse Nevelstad & Een netwerk van verknoopte corridors als strategie voor de transformatie van mobiliteits- en verstedelijkingspatronen".
- <sup>136</sup> Departement RWO, "Werktekst voor het Witboek BRV: Samen aan de slag voor een evenwichtige ruimtelijke ontwikkeling" (Vlaamse Overheid, november 2015), [www.ruimtevlaanderen.be/Portals/108/docs/BRV/Witboek\\_BRV\\_werktekst.pdf](http://www.ruimtevlaanderen.be/Portals/108/docs/BRV/Witboek_BRV_werktekst.pdf).
- <sup>137</sup> Ibid.
- <sup>138</sup> Jeroen Van Horenbeek en Ann De Boeck, "Schauvliege wil BETONSTOP", 23 mei 2016; *De Tijd*, "Schauvliege wil 'betonstop' tegen 2050", *De Tijd*, 24 mei 2016; De Groote, "Het einde van huisje, tuintje, boompje".
- <sup>139</sup> Jeroen Van Horenbeek, "Schauvliege hertekent ruimtelijke ordening", *De Morgen*, 23 mei 2016, 8.
- <sup>140</sup> *De Tijd*, "Schauvliege wil 'betonstop' tegen 2050".
- <sup>141</sup> Luuk Boelens e.a., "Maakt minister Schauvliege er zich niet te gemakkelijk van af voor de ruimtelijke ordening?", *De Tijd*, 25 mei 2016.
- <sup>142</sup> Vincent Smets, "Een regenstop tegen 2050 zit er niet meteen in", *De Standaard*, 3 juni 2016.
- <sup>143</sup> De Groote, "Het einde van huisje, tuintje, boompje", 45.
- <sup>144</sup> Ibid.



---

<sup>145</sup> [CSL STYLE ERROR: reference with no printed form.].

<sup>146</sup> SARO e.a., "Advies over het Groenboek Beleidsplan Ruimte Vlaanderen".

<sup>147</sup> *Ruimte Vlaanderen*, geraadpleegd 28 februari 2017, <https://www.ruimtevlaanderen.be/BRV>.



# Hoofdstuk 3

## Draagvlak voor toekomstig ruimtelijk beleid bij de burger

**Inleiding.** In dit hoofdstuk wordt het huidige draagvlak voor duurzaam wonen bij de burger onder de loep genomen. Eerst wordt ingegaan op het draagvlak voor de energiestatatie van gebouwen, waarna het draagvlak voor verdicht wonen wordt bekeken.

# 3.1. Draagvlak voor (totale) energieprestatie van gebouwen

In tegenstelling tot duurzame mobiliteit is aan de energieprestatie van gebouwen in Vlaanderen al heel wat aandacht gegeven, zowel bij beleid als burger. Het verwarmen, koelen of bewoonbaar houden van onze huizen en kantoren is immers verantwoordelijk voor 30% van het totale energiegebruik in de geïndustrialiseerde landen<sup>1</sup>. Het is duidelijk dat een betere energieprestatie van gebouwen veel energie zou kunnen sparen en dit kreeg dan ook de nodige aandacht sinds rationeel energieverbruik een *hot topic* is geworden.

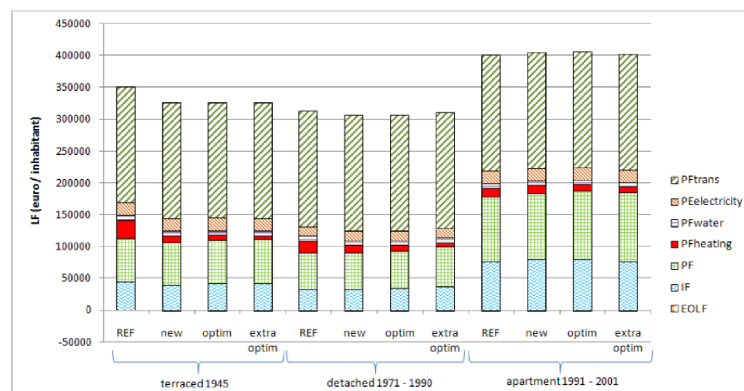
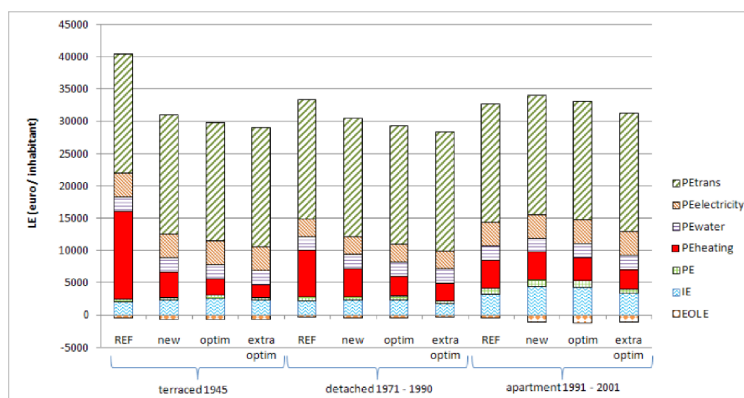
## 3.1.1. AANDACHT VOOR ENERGIEPRESTATIE VAN GEBOUWEN BIJ BELEID EN BURGER

Met het isolatiedecreet uit 1992 werd voor het eerst energiebesparing bij nieuwbouwwoningen wettelijk bepaald in Vlaanderen. Sindsdien is regelgeving en handhaving aan een hoog tempo strenger geworden, mede door invloed van Europa<sup>2</sup>. Ondertussen zijn EPB-rapporteringen en EPC-certificaten een vaste waarde in de bouwsector. Er is in geen enkele andere sector met zoveel regelgeving, beleid en controle<sup>3</sup>. Dit reflecteert zich ondertussen in de woonwensen van de Vlaming. Uit een representatieve bevraging van het departement Ruimtelijke ordening, Wonen en Onroerend Erfgoed in 2011 over de 'ruimtelijke voorkeuren voor de directe leefomgeving'<sup>4</sup>, blijkt dat 35% van de Vlamingen (tevens de hoogste score) een ecologische woning als zijn ideale woonwens ziet. "Het toenemende belang van het ecologische aspect voor het wonen blijkt onder meer uit de antwoorden van de respondenten naar de gewenste energieprestatie van hun ideale woning. 91% van de respondenten vindt dit een (zeer) belangrijk thema." <sup>5</sup>. Uit een nog recentere enquête in 2015 in opdracht van het Vlaams Energieagentschap blijkt dat 94% van de Vlamingen energiebesparing belangrijk tot heel belangrijk vindt<sup>6</sup>.

Energieprestatie is dus een *hot topic* en dat weerspiegelt zich ook in een wildgroei aan duurzaamheidsclaims<sup>7</sup>. Termen als passiefwoning, lage energie woning, BEN-woning, ..., vliegen ons om de oren. Er zijn vele duurzaamheidslabels ontstaan die ontwikkeld zijn voor het evalueren van de ecologische duurzaamheid van gebouwen. Deze labels geven echter vaak een vertekend beeld van duurzaamheid. Ze focussen vaak op energieverbruik tijdens de gebruiksfase, ze zijn dus niet gebaseerd op de volledige levenscyclus (productiefase, bouwphase, gebruiksfase en *end-of-life*-fase). Het probleem bij deze labels is dat men streeft naar een optimaal energieverbruik op schaal van het gebouw. Daardoor gaat men voorbij aan verschillende schaalvoordelen, zowel ecologisch als economisch. Zo is het voordeliger om zowel warmte en koude, als hernieuwbare energie op te wekken in grootschaligere, collectieve installaties dan per individueel gebouw<sup>8</sup>. Bovendien hechten deze labels geen of weinig belang aan de woonlocatie en bijhorende mobiliteit. Vaak weerklinkt dan ook dat een passiefwoning veel minder energie verbruikt dan een traditionele woning. Het energieverbruik voor het personenvervoer van de inwoners wordt immers niet meegerekend. Een ruime, vrijstaande passiefwoning in suburbane woonomgeving waarvan de inwoners volledig toegewezen zijn op de auto, zal echter meer energie verbruiken over zijn totale levensduur dan een niet-geïsoleerde, 19<sup>e</sup> eeuwse, compacte rijwoning in de stad. Woonlocatie en bijhorende mobiliteit zijn dus van zodanig belang in de totale energieprestatie van het wonen (zie ook Figuur 3.1) dat een passiefwoning op een slechtgelegen locatie minder duurzaam wordt dan een niet-geïsoleerde woning op een goede locatie<sup>9</sup>. Dit inzicht wordt echter niet weergegeven in het energieprestatiecertificaat. Op het EPC staat slechts de energiescore van de woning, namelijk het berekend energieverbruik voor verwarming en sanitair warm water in kWh/m<sup>2</sup>

vloeroppervlakte<sup>10</sup>. Het EPC draagt op die manier bij aan de eenzijdige betekenis van ‘energieprestatie’ en de scheefgegroeide perceptie van de duurzaamheid van een woning.

Bovendien blijkt uit een masterproefonderzoek aan de KULeuven over de duurzaamheid van passiefwoningen<sup>11</sup> dat 60% van de publicaties over passiefwoningen die in de media verschenen tot 2012, zowel gericht naar het brede publiek als naar het professionele publiek, vrijstaande woningen betreffen. Bij uitzondering van verkavelingsspecialist Bostoën: alle passieve eengezinswoningen voorgesteld in hun publicaties waren van het halfopen of gesloten woontype. Slechts 10% van alle publicaties over residentiële passiefbouw behandelden een groepswoonbouw en overstegen de individuele kavel. Vermunicht concludeert dat de relatie tussen de passiefbouw en duurzame ontwikkeling van een hoger schaalniveau zelden gemaakt wordt in de media<sup>12</sup>. Dit kan de indruk doen geven dat vrijstaande woningen in landelijke omgeving wél kunnen passen binnen het duurzaamheidsstreven. Zo kan dit verder bijdragen aan het vertekende beeld van duurzaamheid.



Figuur 3.1: de groene, schuin gearceerde balk geeft het belangrijke aandeel weer van het gemiddeld personenvervoer van Vlaamse inwoners ten opzichte van de totale kosten verbonden aan het wonen over de hele levensduur (bovenaan weergegeven in externe milieukosten en onderaan in financiële kosten)

### 3.1.2. GROEIEND BELANG VOOR MOBILITEIT EN WOONLOCATIE BIJ ENERGIEPRESTATIE VAN HET WONEN

Verschillende experts hebben zich hierover al het hoofd gebogen en willen meer aandacht in de energieprestatie van het wonen voor het woonpatroon en de woonlocatie. Zo pleitte Leo Van Broeck in zijn expertenadvies aan de Vlaamse overheid voor de herdefiniëring van het energieprestatiecertificaat in een ecologieprestatiecertificaat. Waarbij niet langer de energiezuinigheid van de woning alleen centraal staat, maar waarbij de evaluatie leunt op vier pijlers: energie, mobiliteit (m-score), grondgebruik (dichtheid) en ligging (stedelijk, niet gefragmenteerd en nabij tewerkstelling en diensten). Van Broeck vreest namelijk dat EPC en duurzaamheidslabels ervoor zorgen dat we “niet alleen onze gebouwen isoleren maar ook ons geweten”<sup>13</sup>. Hun definitie moet aangepast worden want in hun huidige vorm houden ze ons niet tegen om op de meest ‘duurzame’ manier het hele land vol te bouwen.

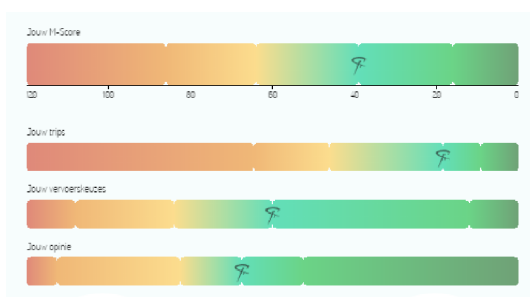
Verschillende academici hebben al getracht zo’n evaluatiesysteem concreet uit te bouwen. Bervoets en van de Weijer hebben bijvoorbeeld een eerste aanzet gegeven tot een indicatorsysteem dat toelaat de duurzaamheid van een residentiële wijk te evalueren. Daarbij zijn de leeftijd van de woning, de grootte van de woning en de isolatiegraad van de woning opgenomen, maar ook aspecten van een hoger schaalniveau zoals de afstand tot de grootsteden en centrumsteden, de toegang tot openbaar vervoer en de nabijheid van diensten en voorzieningen. Zelf noemen ze het indicatorsysteem ‘veelbelovend’, maar wel nog niet voldoende ontwikkeld om ingezet te worden als een instrument om het ruimtelijk beleid te gaan aansturen. Daarnaast zou het instrument volgens de onderzoekers gebruikt kunnen worden om het brede publiek bewust te maken van de noodzaak aan ruimtelijk beleid en de invloed van woonlocatie<sup>14</sup>.

#### MEDIADEBAT M-SCORE

Ook het beleid wil volgen. Minister Schauvliege stelde in juni 2015 de mobiliteitsscore of M-score voor. Deze score zou duidelijk moeten maken hoe goed bereikbaar een woning is. Zowel de toegang tot openbaar vervoer en het wegennet wordt geïntegreerd, alsook de nabijheid van belangrijke voorzieningen zoals scholen, ziekenhuizen en winkels. De M-score zou net als het energieprestatiecertificaat afgebeeld worden op een schaal van groen naar rood. Hoe groener, hoe beter. De hoofddoelstelling van de M-score is de consument bewuster maken van zijn woningkeuze, aldus Schauvliege:

"Wie tegenwoordig een auto koopt, kent alle opties uit het hoofd. Maar als jongeren een huis of bouwgrond kopen, beseffen ze bijvoorbeeld niet altijd dat ze later misschien kinderen krijgen en dat die ook naar school moeten. Wie een huis koopt, moet van in het begin weten hoe bereikbaar dat is." <sup>15</sup>

De tool voor de M-score werd ontwikkeld in samenwerking met o.a. de Universiteit Gent en Stad Gent en staat ondertussen al online om vrijblijvend ingevuld te worden. Schauvliege zou de M-score, net als het energieprestatiecertificaat, willen verplichten, maar de score zou eveneens geen verdere eisen opleggen aan de woning<sup>16</sup>.



Figuur 3.2: de online toepassing van de M-score baseert een score op basis van drie onderdelen: 1. jouw trips: hoe vaak en hoe ver je jezelf moet verplaatsen. 2. jouw vervoerkeuzes: wat is het aandeel van de verschillende vervoerswijzen in jouw verplaatsingsgedrag. 3. jouw opinie: in hoeverre je geneigd bent om over te stappen op een duurzamer alternatief

Het onthaal van de M-score in de media was echter niet min. Politici van andere partijen, ook van coalitiepartners, reageerden zeer scherp. In essentie werd het idee én de minister volledig afgeschoten.

“Regelneverij en betutteling. Een mobiliteitstoets voor je huis: meer kafka moet het echt niet worden.” - Gwendolyne Rutten, Open VLD

“Het doel – minder files – is goed, maar het middel, de M-score, is slecht. het betekent extra regellast, bureaucratie en koste, die compleet overbodig zijn. Het is paternalistisch.” – Bart Somers, Open VLD

“Het lijkt me geen prioriteit. Bovendien komt het nogal betuttelend over. Mensen kunnen toch zelf wel inschatten hoe ver hun woning van hun werk of school ligt?” – Matthias Diependaele, N-VA

“Kandidaat-kopers zijn vandaag al perfect in staat om na te gaan hoe bereikbaar hun woning is die ze willen kopen. Je kan heel gemakkelijk en snel nagaan waar de dichtste bushalte, winkel of school is. Vele doen dat al. Een extra attest, met extra bureaucratie, is dus niet nodig. Dit behoort niet tot de kerntaken van een overheid. Files aanpakken doe je niet met extra bureaucratie.” – Mercedes Van Volcem, Open VLD

“Misschien is ook een N-score nodig: een inschatting van hoe Noodzakelijk of Nuttig een nieuw ideeetje is” – Michaël Devoldere (raadgever van minister van mobiliteit Ben Weyts)

Hoewel de M-score louter een beperkte aanvulling vormt op het bestaande energieprestatiecertificaat, zodat (kandidaat-)eigenaars een vollediger blik krijgen op de kwaliteit en duurzaamheid van hun woonst, werd het vooral geïnterpreteerd als extra regelgeving, administratieve rompslomp en nutteloos omdat ‘mensen toch wel zelf de bereikbaarheid van hun woning kunnen achterhalen’<sup>17</sup>. De M-score werd dan ook vooral geprofileerd als een tool om bereikbaarheid weer te geven. Verder dan ‘een oplossing voor de files doordat het mensen zal stimuleren in kernversterkende gebieden te gaan wonen’ kwam het niet bij Schauvliege<sup>18</sup>. Nochtans is het veel meer dan dat. Het is een tool om mensen bewust te maken van de enorme bijdrage van hun woonlocatie op energieverbruik. Over het aandeel van mobiliteit versus het aandeel van energieprestatie van de woning in de totale duurzaamheid van het wonen werd echter geen woord gerept. De nadruk op bereikbaarheid maakte het makkelijk om het voorstel af te schieten. Bovendien miste de minister de kans om de burger diepgaander te informeren over zijn woongedrag en de relatie met duurzaamheid en energiebesparing.

Ondanks de scherpe reacties van mede-politici gaat de minister wel door met de M-score, want “we moeten meer nadenken over hoe en waar we wonen”. Schauvliege krijgt naar eigen zeggen veel bijval van deskundigen. Ze heeft nu plannen om alle attesten verbonden aan het wonen, samen te voegen tot één attest. Een soort algemeen paspoort van de woning, waarin duidelijk wordt hoe groen en bereikbaar de woning is. De mobiliteitsscore zou dan daaronder vallen, naast o.a. het energieprestatiecertificaat en het bodemattest<sup>19</sup>.

De reacties op de M-score doen denken aan het voorstel in 2012 van voorgaande minister van Leefmilieu, Natuur en Energie, Philippe Muylers, om mensen die meer afgelegen willen wonen meer te laten betalen voor de hogere infrastructuurkosten die dat met zich mee brengt. Dat voorstel werd ook volledig afgekraakt in de media. Alhoewel Muylers' voorstel extremer was – Schauvliege wil met haar M-score mensen niet individueel afstraffen, ze wil louter informeren, mensen een bewustere keuze laten maken en als overheid verantwoordelijkheid opnemen voor het sturen van de ruimtelijke ordening – waren de reacties op de M-score nog steeds zeer heftig<sup>20</sup>. De sterke reacties op deze voorstellen tonen aan dat het bewustzijn over het woonpatroon en bijhorende mobiliteit duidelijk nog niet zo ver staat als het belang van energieprestatie over de gebruiksfase van de woning.

### 3.1.3. VERKLARING VOOR AANDACHT AAN ENERGIEPRESTATIE VAN GEBOUWEN

Waarom staan we nog niet zo ver in het bewustzijn omtrent ons woonpatroon? Christophe Grafe merkt op dat de dadendrang die zo sterk aanwezig is in de energieprestatie van gebouwen, ontbreekt op elk ander gebied, vooral voor mobiliteit. Beslissingen omtrent openbaar vervoer en bedrijfswagens worden steeds uitgesteld<sup>21</sup>. Grafe geeft daar ook verschillende verklaringen voor in zijn vlugschrift<sup>22</sup>. De eerste reden dat er veel aandacht gaat naar de energetische aanpassing van gebouwen is volgens Grafe de niet te ontkennen economische drijfveer. Het eco-bewust bouwen creëert een volledig nieuwe markt. We blijven het bestaand gebouwenbestand oplappen met zonnepanelen, steeds dikker wordende isolatiepakketten, zonneboilers, .... Het is een makkelijk argument om te kunnen blijven verder leven zoals voordien. ‘We isoleren het geweten’, zoals Leo Van Broeck het stelt. Dit uitgangspunt moeten we volgens Grafe loslaten indien we überhaupt willen evolueren naar een duurzame samenleving.

De tweede reden heeft volgens Grafe te maken met de relatief eenvoudige kwantificatie van energiebesparing in gebouwen. Een groot aantal andere variabelen met betrekking tot duurzaamheid laten zich veel minder eenvoudig meten, en zijn dus ook moeilijker in beleidsmaatregelen te gieten. Daarom hebben we vooral hoop in de energie-technische aanpassing van gebouwen. Daar worden de meest radicale voorstellen gedaan, want er bestaat **weinig controversie** over. Hij relateert dit aan de **electorale angst** die ook al anderen hebben vastgesteld. Grafe quoteert daarbij Peter Tom Jones en Vicky De Meyere uit Terra Reversa: “In een neoliberale context zijn vele politici als de dood om zich te bemoeien met de individuele consumptiekeuzes en levensstijlen.” Politici durven niet aan de individualiteit en verworven vrijheid van de burger te komen. De politiek gaat daarom controversiële onderwerpen vaak uit de weg. Het beleid moet echter durven af te stappen van “lineaire, kwantificeerbare maatregelen, en aanvaarden dat de duurzaamste oplossingen vaak niet te voorspellen en vooral niet gestandaardiseerd kunnen worden.”<sup>23</sup> Het beleid moet durven de levensstijl fundamenteel te veranderen. Ook hoofdredacteur van De Morgen, Bart Eeckhout, ziet in het gekibbel over de M-score de electorale angst voor het aantasten van de individuele vrijheid:

“Het is inzichtelijk om te zien hoe een al met al bescheiden en constructief voorstel als dat van een mobiliteitstoets voor elk huis - de zogenaamde M-score - tot zulke felle reacties kan leiden. Wat het recht op vrije wapendracht is voor de Amerikaan, is blijkbaar het recht om vrij de eigen woon- en leefruimte in te richten voor de Vlaming. Het is een sentiment dat boven elk redelijk argument staat, boven elk inzicht in de mogelijk desastreuze gevolgen van die ongebreidelde vrijheid.”<sup>24</sup>

Zodus volgt het **beleid uit electorale angst eerder de particuliere Vlaming dan zijn plicht voor het algemene belang** stelt ook Filip Canfyn. Hij nuanceert wel: “ruimtelijke ordening gaat voor de Vlaamse burger over de interpretatie, die aan (zijn) grondbezit, aan (zijn) eigendomsrecht wordt gegeven door overheid. Het gaat dus over persoonsgebonden materie, waarbij het ik-gevoel moet winnen van het algemeen belang”<sup>25</sup>. Daardoor wordt ruimtelijke ordening volgens Canfyn voorzichtig en transformeert het in een soort ‘symbiotisch cliëntelisme’ in plaats van een ‘combatief politiek thema’. Voor Canfyn is suburbanisatie de maatschappelijke losprijs die betaald moet worden voor de “individuele (lees: egoïstische) en politieke (lees: electoraalgevoelige) visie op eigendom”<sup>26</sup>. Daardoor primeert het particulier belang boven de strategische toekomstgerichte ruimtelijke ordening en kiest men voor een voorzichtige bijsturing in plaats van kordate beslissingen omtrent ruimte, mobiliteit, energie en samenleving.

Moeten we uit reacties zoals die op de M-score concluderen dat het beleid nog steeds niet durft te raken aan de ‘baksteen in de maag’ van de Belg? Vreest men dat het draagvlak bij een groot publiek onvoldoende groot is? Er heeft wel een enorme evolutie plaatsgevonden omtrent het besef van de noodzaak aan energiebesparing, al zit het mobiliteitsaspect daar nog niet in vervat. Heel wat mensen geven inmiddels aan energiebesparing belangrijk te vinden. Uit het onderzoek in opdracht van het Vlaams Energieagentschap in 2015, blijkt verder



dat de helft van de woningkopers rekening hield met de score van het energieprestatiecertificaat bij de aankoop van de woning en dat daarvan 36% de impact van hun EPC 'groot' of 'te groot' vonden. Bij huurders is het EPC minder van belang<sup>27</sup>. Dit toont evenwel dat het EPC een belangrijke factor vormt voor (kandidaat)-eigenaars en betekent dat het EPC effectief het bewustzijn vergroot. Op die manier bevestigt het onderzoek het mogelijke potentieel van vergelijkbare scores, zoals de M-score, voor het verbreden van het bewustzijn bij de woningaankoop. Energieprestatie wordt al belangrijk bevonden, nu moeten we alleen nog duidelijk maken dat deze energieprestatie verder reikt dan de woning zelf om tot een holistische duurzaamheidsperspectief te komen. Certificaten als de M-score zullen daar waarschijnlijk bij helpen en daar moet volop op durven worden ingezet door het beleid.

## 3.2. Draagvlak voor verdicht wonen

Waarom zien we geen krachtigere initiatieven dan de betonstop tegen 2050 of 2040? Waarom durft het beleid nog steeds geen fundamentele veranderingen aan ons woonpatroon door te duwen? Vreest men terecht voor het gebrek aan een breed draagvlak? Is er dan nog steeds geen échte mentaliteitswijziging bij het brede publiek? Is het zo dat velen onder ons de oplossing – of wat er vandaag als oplossing naar voren wordt geschoven – niet willen? Is het nog steeds niet wijdverspreid dat het belangrijk is om in te zetten op duurzame ruimtelijke planning onder de vorm van dichtheid en collectief vervoer? Uit kibbelende politici en weinig krachtige beslissingen bij het beleid lijkt het alvast wel zo. Het is belangrijk om te weten wat de burger wil. Heeft de Vlaming nog steeds een baksteen in de maag? Kan hij de verkavelingsdroom laten varen? In dit deel wordt het draagvlak voor een ander, duurzamer woonpatroon bij de burger ontleed. Verschillende recente onderzoeken en expertise over de woonwens van de Vlaming tonen verdeelde resultaten.

### 3.2.1. POSITIEVE SIGNALLEN

Enkele onderzoeken en experts hebben verschillende positieve resultaten genoteerd omtrent de houding tegenover het Vlaamse woonpatroon. De grootschalige burgerparticipatie uit 2011 van de Vlaamse overheid laat blijken dat de Vlaming wél open staat voor een meer duurzame woonomgeving in de toekomst. Daarnaast doen verschillende woon- en deeltrends hun opmars. Er ontstaat ook op verschillende plaatsen een beweging van onderuit met een sterke wil om de woonomgeving te veranderen en vooral meer leefbaar en duurzamer te maken.

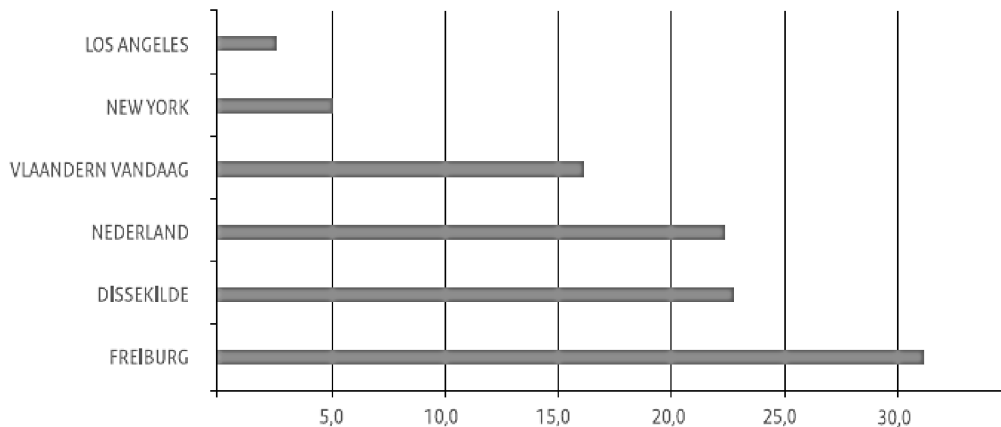
#### 3.2.1.1. DROMEN VAN DE VLAAMSE 'RUIMTE VOOR MORGEN'<sup>1</sup>

Een van de belangrijkste **resultaten uit de grootschalige burgerparticipatie 'Ruimte voor morgen'** is dat de meeste Vlamingen hun ideale leefomgeving anders zien dan het Vlaanderen van vandaag. Dit wordt zeer duidelijk uit de online-enquête, één van de initiatieven uit de burgerparticipatie. De ideaalbeelden die de Vlamingen daarin verkiezen geven een goede indicatie van de richting waarin men zou willen evolueren. De antwoorden van de deelnemers geven ook een aardig beeld van hoe de Vlamingen zich positioneren op verschillende maatschappelijke spanningsvelden: eigen auto vs. alternatief vervoer, nabijheid vs. uitgestrektheid, vrijheid vs. strenge regels, goede publieke ruimte vs. weinig aandacht voor publieke ruimte, zelfvoorzienend vs. niet-zelfvoorzienend, ruim wonen vs. kleiner wonen en, individueel wonen vs. grootschalige projecten. De online-enquête was overigens niet representatief, maar bevestigde grotendeels wel de vaststellingen van de representatieve steekproef. Het diagram in Figuur 3.3 laat zien hoeveel procent van de 46.351 deelnemers van de online test uitkwamen bij een bepaalde leefomgeving. Slechts 16% verkiest het Vlaanderen van vandaag. Er blijkt dat bij maar liefst 31% van de deelnemers, duurzame stadswijk Vauban in Freiburg als meest ideale leefomgeving resulteerde. Ook het ecologische cohousingproject Dyssekilde in Denemarken en het Nederlandse model, met sterk contrast tussen bebouwde en open ruimte en veel zorg voor publiek domein, deden het goed. Het komt er op neer dat de leefomgevingen waarin duurzaamheid centraal staat veel deelnemers tot de verbeelding spreken. **“Een meerderheid van de Vlamingen lijkt het te zien zitten om te evolueren naar een ruimtelijke ordening waarin alternatieve vervoerswijzen, nabijheid en**

---

<sup>1</sup> DEPARTEMENT RWO. (2011). RUIMTE VOOR MORGEN. BURGERPARTICIPATIE VOOR EEN GROENBOEK BELEIDSPAN RUIMTE. VLAAMSE OVERHEID. GERAADPLEEGD OP 23-11-2016 VAN [WWW.VLAANDEREN.BE/NL/PUBLICATIES/DETAIL/RUIMTE-VOOR-MORGEN](http://WWW.VLAANDEREN.BE/NL/PUBLICATIES/DETAIL/RUIMTE-VOOR-MORGEN)

een kwalitatieve publieke ruimte meer centraal staan. Ten aanzien van grootschalige bouwprojecten en al dan niet ruim of kleiner wonen zijn de meningen eerder verdeeld. Sterk regulerend optreden vanuit de overheid lijkt dan weer enkel in specifieke gevallen geaccepteerd te worden.”<sup>28</sup>.



Figuur 3.3: best passende leefomgevingen van 46.351 Vlamingen volgens de online-enquête

Verder werden er verschillende rode draden uit alle initiatieven voor de campagne 'Ruimte voor morgen' geconcludeerd. Deze rode draden nuanceren verder hoe de Vlaming het Vlaanderen van 2050 ziet. De eerste drie hebben betrekking tot het verwachte uitzicht van de ruimte in 2050. De laatste drie gaan over de verwachting van medeburgers en beleid. De resultaten wijzen op een **ruim maatschappelijk draagvlak voor verregaande ruimtelijke veranderingen** op lange termijn:

- Een meerderheid vindt dat het onderscheid tussen stad en dorp moet behouden worden. Elk heeft zijn eigenheid, kwaliteiten (nabijheid vs. rust) en uitdagingen (overlast en onveiligheid vs. voorzieningen). Er is ook een algemene bezorgdheid over de impact van mobiliteit op onze leefomgeving, deze bezorgdheid doet nadenken over alternatieve vervoerswijzen en het belang van nabijheid.
- De burger vindt het belangrijk om de open ruimte te behouden. Een grote meerderheid wil lintbebouwing tegengaan en het ideaal van 'wonen in het groen' wordt in vraag gesteld.
- Burgers hebben veel ideeën voor het spaarzaam en efficiënt omgaan met de beperkte ruimte die we vandaag hebben (hergebruik, concentratie, functievermenging, vermijden van nutteloze verplaatsingen). Een prijs zetten op inefficiënt ruimtegebruik zou dit kunnen stimuleren volgens de burger. Toch blijkt uit de representatieve steekproef dat een meerderheid fiscale maatregelen geen goed idee vindt.
- Er is **vraag naar een mentaliteitswijziging**. Enerzijds schat men de **individuele vrijheid** hoog in, anderzijds leeft er wel het besef dat een aantal **gemeenschappelijk waarden** centraal moeten staan in het gebruik van onze ruimte. Dit vertaalt zich in een vernieuwd en ruim draagvlak voor begrippen als collectiviteit, solidariteit, algemeen belang en individuele verantwoordelijkheid.
- Veel mensen vinden dat de Vlaming meer open moet staan voor verandering en nieuwe creatieve ideeën voor het gebruik van de ruimte. Men benadrukt dat verdraagzaamheid nodig zal zijn voor intensiever ruimtegebruik en dat daarvoor transparante besluitvorming en burgerparticipatie noodzakelijk zijn.
- Daarnaast verwacht de Vlaming dat afspraken over ruimtegebruik nageleefd zullen worden en daarbij hoort een consequente houding van de overheid. Anderzijds roept men ook op tot meer flexibiliteit in het ruimtelijk beleid.

### 3.2.1.2. TRENDS: 'NIEUWE WONEN' EN *SHARING*

Verschillende experts erkennen bovendien dat er al een omslag aan de gang is, los van het beleid. De demografische trends van vergrijzing en veranderende gezinsvormen leiden er toe dat een steeds grotere groep ouderen en singles de markt richting **kleinere en efficiëntere manieren van wonen** duwen. Grote villa's blijven vaker leeg staan omdat mensen niet meer de mogelijkheid hebben om een woning van 500 m<sup>2</sup> te kopen en te verwarmen of dat ze dit überhaupt gewoon niet meer willen<sup>29</sup>. Luuk Boelens, planoloog aan de Universiteit van Gent, spreekt over een "trendbreuk in het Vlaamse verhaal van huisje, tuintje, boompje"<sup>30</sup>. **Appartementen zijn steeds meer in trek.** Ook uit het Grote Woononderzoek in 2013 blijken de grondige veranderingen. Zo neemt het **eigen woningbezit niet langer toe**. Voor het eerst is het aantal huishoudens dat een eigen woning bewoont gedaald (van 74.4% in 2005 tot 70.5% in 2013) Het Grote Woononderzoek schrijft dit mede toe aan het verminderen van het cohorte-effect. Het cohorte-effect zorgde ervoor dat het aandeel van eigenaars in de statistieken de voorbije decennia sterk steeg omdat de vooroorlogse generaties, die veel minder de kans hadden om een eigen woning te bezitten, uit de statistieken aan het verdwijnen waren. Naast het cohorte-effect dat uitgespeeld raakt, zou ook de crisis invloed hebben op het aandeel eigenaars. Uit recent onderzoek blijkt dat op tien jaar het procent van huishoudens uit de lage inkomens dat een eigen woning kan verwerven van 49% naar 37% is gedaald<sup>31</sup>. Luc Boelens schrijft de verhoogde interesse in appartementen mede toe aan de vergrijzing, maar legt de nadruk vooral bij de jongere generatie. Voor hun is het steeds minder evident om eigenaar, bouwer én bewoner te zijn. Steeds meer jonge mensen zouden huren omdat ze mobiel willen zijn en vaker kiezen voor bestaande woningen. Als ze kopen, dan doen ze dat bewuster. Ze gaan voor een '**wooncarrière**' en schuiven op van een kleine naar een grotere woning<sup>32</sup>. Ook het Grote Woononderzoek noteerde deze trend. Waar traditioneel de Vlaming bouwde of kocht '*once in a lifetime*', wordt er nu een '**woonladder**' opgemerkt. Men gaat op jonge leeftijd een kleinere woning of appartement kopen, deze wordt dan later verkocht om een grotere woning te kunnen kopen. Meer dan de helft van wie bouwde tussen 2011 en 2013 heeft de verwerving van de woning gefinancierd met middelen uit de verkoop van een vorige woning. Minder positief is dat deze woonladder bijgevolg vaak eindigt in een nieuwbouw<sup>33</sup>.

Ook woordvoerder Bart Decaluwé van Matexi – de projectontwikkelaar die de reputatie heeft de grootste verkavelaar in Vlaanderen te zijn – verklaart dat de Vlaming verandert. Matexi wil zich vandaag dan ook vooral profileren met projecten die '**het nieuwe wonen**' belichamen: residentiële projecten met een hoge densiteit en groene dooradering. "Stedelijk, energiezuinig, en vlak bij winkels en openbaar vervoer" zijn volgens Matexi de nieuwe modewoorden in de sector<sup>34</sup>. Een ander geval van dit 'nieuwe wonen' is het **collectief wonen of cohousing**. Bij Realo, een Gentse *start-up* die een tool heeft ontwikkeld om vastgoed en bijhorende prijzen te vergelijken, blijkt dat er een enorm toenemende vraag is naar cohousingprojecten<sup>35</sup>. Cohousing in Vlaanderen manifesteert zich niet per se als een commune zoals in de jaren 60 waarin alles kan en mag, maar eerder – zoals Peter Vermeulen het mooi kan verwoorden – als een 'pragmatische collectiviteit', waarin ieder zijn eigen woning heeft en dat er een aantal dingen gemeenschappelijk zijn<sup>36</sup>.

De trend van cohousing kadert binnen een ruimere trend van *sharing*, de toenemende populariteit van de **deel- en geefconomie**. Daarin staat niet langer het bezit van een product centraal, maar het gebruik ervan. Ook de opkomst van **autodelen**, de bekendste wellicht Cambio, kan binnen deze deeleconomie gekaderd worden. Verschillende steden accepteren steeds meer standplaatsen voor deelwagens en trachten op die manier zoveel mogelijk wagens uit de stad te bannen. Men heeft berekend dat één autodeelwagen 12 andere wagens van de baan zou halen. Cambio, die actief is in België sinds 2002, telt ondertussen 900 auto's die in 35 steden kunnen opgehaald worden en telt 30.000 klanten in België. Autodelen is volwassen geworden, de dienst groeit exponentieel (het kende de laatste jaren een groei van ongeveer 30%) en is niet meer weg te denken uit het straatbeeld. Volgens Jeffrey Matthijs van de koepel Autodelen.net is de deeleconomie **geen rage maar iets dat zal blijven**. Het is een interessante formule voor iedereen die niet elke dag een auto nodig heeft, maar voor het woon-werkverkeer het openbaar vervoer of de fiets kan gebruiken. Hij wijt de populariteit van het autodelen aan de omstandigheden: klimaat, luchtkwaliteit en fileproblemen zullen niet op korte termijn kunnen worden opgelost. Autodelen biedt een duurzamer, korte-termijn alternatief. Bovendien wachten jongeren volgens

Jeffrey Matthijs steeds langer met het kopen van een wagen. Ze vinden het wel nog belangrijk om een auto te kunnen gebruiken als dat nodig is, maar hechten minder belang aan het bezitten daarvan<sup>37</sup>. Een andere belangrijke verklaringsfactor voor de toenemende populariteit van het *sharen* is de steeds evoluerende (smartphone)technologie die toelaat dat dergelijke oplossingen kunnen worden voorzien. Ook fietsdelen en carpooling zijn belangrijke vormen van gedeelde mobiliteit die aan populariteit winnen. Indien deze trends – zoals Jeffrey Matthijs verwacht – volledig uit hun niche zouden breken, zouden deze een drastische verandering kunnen te weeg brengen omtrent de houding ten aanzien van het eigen bezit. Voor het Westen zou dit een grote vooruitgang kunnen betekenen in het aanvechten van de perceptie en status van eigendom.

### 3.2.1.3. INITIATIEVEN VAN ONDERUIT

Volgens Luc Boelens is het **beleid zo ver doorgeschoten** dat de bevolking zelf het heft in handen neemt om het leefbaar te houden. Er zijn steeds meer burgerinitiatieven, **initiatieven van onderuit** omdat het van bovenaf maar niet komt. Ringland als bekend, grootschalig voorbeeld, maar eveneens kleinschalige projecten rond leefstraten, energietransitie en ouderenzorg<sup>38</sup>. De cohousingprojecten zijn eveneens een vernieuwing die vaak van onderuit gestuurd wordt. Ook Jonas Van de Walle, architect bij Studio Plus, bevestigt deze beweging. Volgens hem loopt een deel van de bevolking, zowel in grotere steden als in dorpen, voor op het beleid. “**De vraag is er, maar het aanbod** wordt nog te veel door het toeval bepaald. Er hangt nog te veel af van het samenspel tussen de lokale overheid, de projectontwikkelaar en het architectenbureau. Als die drie partijen ambitie hebben, zie je experimenten. Maar je hebt een beleid nodig om iedereen te verplichten mee te denken.”<sup>39</sup>. En dat beleid **moet gedragen worden** door zowel bevolking, lokale besturen als privé-investeerders, ‘een delicate oefening’, aldus Van de Walle.

### 3.2.2. NEGATIEVE SIGNALLEN

Het voorgaande moet echter opnieuw in evenwicht gebracht worden door verschillende negatieve signalen. Zo bevestigt Realo dat de klassieke huizen met tuin nog altijd drie keer zo veel interesse wekken als die zonder en dat ze zo’n twee keer sneller worden verkocht<sup>40</sup>. Verschillende onderzoeken en marktbevragingen laten blijken dat de woonwens van de gemiddelde Vlaming in realiteit nog maar weinig is geëvolueerd. De trends blijven nog een niche.

#### 3.2.2.1. MARKTBEVRAGING BOSTOEN: VLAMING HOUDT VAST AAN ALLE WOONCLICHÉS

Peter Impe, CEO van woningbouwer Bostoen, stelt vast uit een zeer recente marktbevraging dat de **trendbreuk nog ver weg** is. “Hoewel het soms lijkt alsof compact wonen en cohousing al helemaal ingeburgerd zijn, blijft de bouwlustige Vlaming nog vaak vasthouden aan het traditionele huisje-tuintje-boompje.”<sup>41</sup>. Uit de marktbevraging bij 887 Vlamingen – die ofwel de komende vijf jaar gaan bouwen, ofwel de voorbije vijf jaar bouwden of verbouwden – blijkt dat de helft meer zou willen betalen om **groter** te kunnen wonen. Ook opvallend is dat 86 % van de **mensen die in een open bebouwing wonen gelukkig zijn** met hun woning, dit verschilt sterk met de rest: slechts 46% en 45% zijn gelukkig in respectievelijk een halfopen bebouwing en een rijwoning. Appartementsbewoners zijn met 40% het minst gelukkig met hun huidige stek. De bouwlustige Vlaming blijkt bovendien nog steeds de landelijke omgeving te verkiezen boven een stedelijke omgeving. Slechts 6% van hen wil in de stad wonen, 37% wil in de rand van de stad wonen en nog steeds 53% **verkiest het platteland**. Peter Impe concludeert uit zijn marktbevraging:

“Een betonstop invoeren, die ons dwingt om stedelijker én compacter te gaan wonen? Het is bijzonder goed dat eraan gewerkt wordt, maar de mentaliteit van de Vlaming lijkt er

nog niet altijd klaar voor. Als hij de keuze zou hebben, opteert de doorsnee-Vlaming nog altijd voor het oeroude beeld van de droomwoning.”<sup>42</sup>

Recente nieuwsberichten over een historisch dieptepunt van het aantal verkavelingsaanvragen, besluitend dat de Vlaming ‘uitverkaveld’ zou zijn, moeten dus met een korrel zout genomen worden. Erik Grietens van de Bond Beter Leefmilieu licht toe: “Verkavelingen zeggen iets over de verdeling van gronden, waarop soms pas jaren na de vergunning gebouwd wordt. De uiteindelijke bouwvergunningen doen er meer toe, en die fluctueren sterk, afhankelijk van veranderende regelgeving en premies.”<sup>43</sup> Er blijft nog steeds elke dag 6 hectare ruimte ingenomen worden. Het verminderen van de verkavelingsaanvragen betekent een vertraging, maar is zeker geen halt aan de bouwwoede, bevestigt ook ruimtelijk expert Georges Allaert. Wel positief is dat de gemiddelde kavelgrootte blijft dalen. In recente jaren heeft het aantal bouwvergunningen voor renovaties bovendien het aantal vergunningen voor nieuwbouwprojecten ingehaald. Aanvragen voor appartementen zijn eveneens verdubbeld sinds 1996, terwijl aanvragen voor nieuwe eengezinswoningen met een kwart is afgenomen. Deze evoluties zijn zeker hoopgevend. Terwijl minister Joke Schauvliege beweert dat dit te wijten is aan een groeiend besef van zuiniger om te springen met de ruimte<sup>44</sup>, is Stefan Devoldere, ex-adjunct Vlaams Bouwmeester, kritischer. Hij verklaart dat de statistieken misschien wel aantonen dat er voorzichtiger wordt omgesprongen met de beschikbare ruimte in Vlaanderen, maar hij verschuift de oorzaak daarvan echter naar het feit dat de makkelijk verkoopbare reserves aan ruimte gewoonweg zijn opgebruikt. Bouwgrond is schaarser en dus ook duurder geworden. Hij vraagt zich af of we wel degelijk voldoende **bewust zijn van de nood om het tij te keren**<sup>45</sup>.

### 3.2.2.2. PERSISTENTIE VAN DE VLAAMSE ‘WOONDROOM’

Dat de woondroom van de Vlaming nog altijd springlevend is concludeerde ook een onderzoek over het ideale wonen volgens de Vlaming in 2011<sup>46</sup>. Het onderzoek trachtte de huidige woonwens van de Vlaming te achterhalen, hier was immers weinig kennis over beschikbaar. De individuele bewoner staat volgens de onderzoekers bovendien steeds meer centraal in een leefomgeving van suburbanisatie en segregatie en in een maatschappij waar individualisering en detraditionalisering aan belang wint. Daarom stelden ze dat meer inzicht in de vraagzijde van de woonmarkt belangrijk is om een goede planning te kunnen ontwikkelen. Ze gebruikten voor hun onderzoek de resultaten uit een eigen online bevraging en vergeleken deze met resultaten uit andere recente onderzoeken die allen met een specifieke invalshoek en doelgroep de woonwens van de Vlaming in kaart probeerden te brengen. Uit het onderzoek blijkt dat Vlamingen zowel kiezen voor stedelijke als landelijke omgevingen, maar dat de balans resulteert in een **beweging naar het platteland**. Verder blijkt dat ondanks het belang dat gegeven wordt aan de nabijheid van de stad of het dorp en de nabijheid van werk, school en openbaar vervoer (>70%), toch een sterke wens bestaat om rustig te wonen (58%), met zicht op velden (40%) of bossen (19%) en om over een privé-tuin te beschikken (88%). Ook de nabijheid van op- en afritten wordt gewaardeerd (35%). Verder is er de voorkeur voor vrijstaande woningen (65%) met plaats voor het parkeren van de wagen op privaat domein (66%). Moest deze ideale woonwens – de alleenstaande eengezinswoning in het groen – worden verwezenlijkt – niet nabij de bestaande centra, maar nabij goed ontsloten plaatsen voor de wagen – zou Vlaanderen de komende jaren verder suburbaniseren en verlinten. De onderzoekers moesten bijgevolg concluderen dat een vraaggestuurde ruimtelijke planning waarin de woonwensen van de Vlaming gefaciliteerd worden – in plaats van de aanbodgestuurde planning uit het Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen – ook niet zou resulteren in een duurzaam Vlaanderen<sup>47</sup>. De Vlaamse woondroom zet zich bovendien verder in **volgende generaties**. Uit onderzoek in 2003 blijkt zelfs dat een meerderheid van jongeren later een ruim huis in landelijke omgeving zou willen bezitten<sup>48</sup>.

Maar uit wat bestaat het Vlaamse woonideaal precies? Collega-student Verheyen analyseerde het en vond verschillende basiselementen die de Vlaamse woondroom opmaakten<sup>49</sup>. Volgens haar is het niet zozeer de vrijstaande woning die als ideaal wordt ervaren, maar de verschillende basiselementen. Vooreerst beantwoordt de behoefte van **‘wonen in het groen’** aan een verlangen naar ontspanning en rust na een drukke dag. Het belang van de **auto** is een weerspiegeling van de noodzaak aan vrijheid en zelfstandigheid. De vrijstaande

woning laat de bewoner toe om zichzelf uit te drukken. Het laat toe zijn **identiteit** door te drukken in de woning, maar garandeert ook **privacy** en zelfstandigheid. De garage en het tuinhuis zijn een afgezonderde plek waar men naar wens hobby's kan uitoefenen en rommel kan achterlaten, kortom een plaats waar men vrij kan zijn, een laatste **terugplooplek**. Daarnaast wil men een zekere **maatschappelijke status** verwerven. Het bezit van een alleenstaande woning in landelijke omgeving is de voormalige uiting van deze basiselementen<sup>50</sup>. De sterke nood aan eigen woonruimte, rust en groen leidt automatisch naar de lagere dichtheid buiten de stad<sup>51</sup>. De blijvende populariteit van dit woonmodel – het stijgend aantal gezinnen in het buitengebied – bevestigt dat de alleenstaande woning in het groen nog steeds het meeste aan de basiselementen van dit woonideaal voldoet.

Onderzoekers verklaren de blijvende aantrekkingskracht van de randstad en landelijke gemeenten door de enorme persistentie van woonvormen en sociaal-ruimtelijke patronen. Het Vlaamse woonideaal is als een blauwdruk in de hersenen van de Vlaming. De jarenlange traditie van het eigen huis – een eigen thuis – heeft de alleenstaande woning in het groen tot een **machtig, cultureel ideaal** gebombardeerd<sup>52</sup>. Het individuele ideaal wordt bijna opgelegd door een maatschappelijk ideaal. Zoals werd toegelicht in hoofdstuk 2.2 onder 'Verklaringsfactoren voor anti-stedelijke mentaliteit **Fout! Verwijzingsbron niet gevonden.**' liggen verschillende invloeden aan de basis van deze jarenlange traditie. Verschillende **elementen uit het verleden** kunnen we nog steeds duidelijk detecteren in de Vlaamse mentaliteit. Vroeger konden enkel rijken zich veroorloven om zich buiten de stad te lokaliseren, afstand nemen werd een voorrecht. Later volgden de brede lagen van de bevolking die op die manier een hogere maatschappelijke status trachtten te verwerven. Momenteel blijkt nog steeds hoe groter de scholingsgraad, hoe groter de pendelafstand is<sup>53</sup>. Het stijgen op de woonladder – met als eindpunt een nieuwbouw – en het bijhorende **stijgen op de ladder van de maatschappij** blijft een belangrijke motivatie om steeds ruimer of landelijker te gaan wonen. Daarnaast blijft ook **eigendom** een vaste waarde in de Vlaamse woonmarkt.

Een ander belangrijk aspect van het culturele ideaal en excuus voor de Vlaamse woondroom is het **familieleven**. Het opvoeden van kinderen blijft gekleurd door de sterke **anti-stedelijke mentaliteit**. De inspanningen van steden om de leefbaarheid te verbeteren – gestimuleerd door het Witboek Stedenbeleid – hebben wel hun vruchten afgeworpen. Wonen in de stad heeft sterk aan populariteit gewonnen, de totale leegloop uit de stad is een halt toe geroepen. Jongeren, huishoudens zonder kinderen en ouderen hebben het steeds minder voor de suburbane woonomgeving zonder winkels, publieke diensten en voorzieningen in de nabijheid. Ze verkiezen steeds meer een woonlocatie waar men minder afhankelijk is van de auto en dus dicht bij het openbaar vervoer, werk en voorzieningen<sup>54</sup>. Dit blijft echter een niche-publiek, aan de onderstroom is weinig veranderd volgens Pascal De Decker. Gezinnen met kinderen blijven de stad als een minderwaardige woonplaats beschouwen. Uit onderzoek van Hilde Schelfaut voor de Stadsmonitor van de Vlaamse overheid blijkt dat 9% van de inwoners van centrumsteden van plan is om te verhuizen binnen de vijf jaar en de stad daarbij te verlaten. Het betreft vooral mensen jonger dan 35 jaar, met een hogere opleiding, die in een appartement of woning zonder tuin wonen en die deze woonst huren. Pascal De Decker stelt vast: "Het klassieke Vlaamse gezin met jonge kinderen trekt naar landelijke gebied of naar een kleine stad. Dat blijft de dominante trend." <sup>55</sup>. Vele gezinnen willen hun kinderen liever niet in de stad opvoeden en zoeken een andere woonomgeving op, waar ze gemakkelijker de wagen kwijt kunnen. De "*gotta have a car to raise a kid*"-mentaliteit is – net als in de Verenigde Staten – ook in België nog aanwezig<sup>56</sup>. De wagen speelt bij vele gezinnen een grote rol. Volgens het Grote Woononderzoek uit 2013 blijkt verder dat gezinnen een veilige omgeving opzoeken. Mensen zoeken een buurt die geborgenheid en veiligheid biedt, waarvan ze verwachten dat de inwoners bij hen zullen passen en waar ze zich thuis kunnen voelen. Ze zoeken een buurt met gelijkgestemden die een zelfde activiteiten- en waardenpatroon hebben. Dat gevoel van veiligheid wordt dan vaak gevonden in een buurt met etnische homogeniteit. Volgens Pascal De Decker is dit te wijten aan een angst voor het vreemde<sup>57</sup>. Deze zal bovendien in de recente geschiedenis van terreuraanslagen zeker niet verminderen. Slechts een kleine groep blijft met kinderen in de stad wonen. De anti-stedelijke mentaliteit, die jarenlang gestimuleerd werd door het slechte imago van getto-woontorens en de '*self-fulfilling prophecy*' van wonen in het groen<sup>58</sup>, blijft doorwerken en heeft invloed op de perceptie van wonen in de stad. Bovendien is een eigen eengezinswoning met tuin het makkelijkst (en het goedkoopst) te verwezenlijken buiten de stad<sup>59</sup>. Dit getuigt niet per se van een

anti-stedelijke mentaliteit, maar het draagt er uiteindelijk wel toe bij door het creëren van een collectief ideaal dat de perceptie heeft moeilijk te realiseren te zijn in de stad.

De Decker verklaart verder dat het ideaal en de idylle van het eigen huis in het groen misschien wel sterk door werkt, maar dat er toch ook altijd persoonlijke aspecten meespelen<sup>60</sup>. Zo wegen de **tevredenheid over de huidige woonsituatie en verwachtingen** over wat beter kan sterk door. Net als uit de marktbevraging van Bostoën blijkt uit het Grote Woononderzoek uit 2013 dat 91% van de Vlamingen zeer tevreden tot tevreden zijn over hun woning, maar dat dit voornamelijk Vlamingen betreft die al een lange tijd eigenaar zijn van een eengezinswoning, Vlamingen die wonen in niet-centrumsteden en niet verstedelijkte gebieden en dat dit oudere bewoners en sterkere socio-economische groepen betreft<sup>61</sup>. Daarnaast hebben mensen ook een bepaald **beeld of vooroordeel** van 'het platteland' of 'de stad'. Vlamingen verhuizen relatief weinig, waardoor ze meestal weinig woonervaring hebben. Een beeld wordt dan zeer bepalend, aldus Pascal De Decker<sup>62</sup>. Zo is de stad vaak slachtoffer van de publieke perceptie van kinderonvriendelijk te zijn. Niemand controleert echter of deze vooroordelen ook tastbaar en correct zijn en zodoende geschiedt de anti-stedelijke houding al vóórdat men er eens over nadent<sup>63</sup>. Ook de media dragen hier toe bij door de stad te portretteren als een stad voor jongeren, *young professionals*, kinderen zonder gezinnen, medioren en senioren. Vanuit marketing is het logisch in te spelen op die doelgroepen die mogelijks geïnteresseerd zijn in de stad, maar dragen zo wel bij aan het beeld van de kinderonvriendelijke stad en bevestigen het vooroordeel dat gezinnen met kinderen niet in de stad horen<sup>64</sup>. Ook de evolutie van de sociale stadsvernieuwing van achtergestelde buurten uit het Witboek Stedenbeleid naar een marktgevoelige stadsontwikkeling gericht op het aantrekken van midden- en hogere klassen speelt een rol. Citymarketing en -branding horen daarbij en leggen de focus op een stad van recreatie en toerisme. De stad wordt geportretteerd als feest-stad. Ten laatste verklaart Pascal De Decker dat jonge mensen vaak het **woongedrag van de ouders kopiëren**. Dan komen ze al snel terecht bij een eigen huis met tuin<sup>65</sup>. Bervoets en Heynen concluderen in hun onderzoek over de persistentie van de vrijstaande eengezinswoning dat over het algemeen het Vlaamse publiek **weinig bekend is met alternatieve vormen van wonen**. Mensen raken geïnspireerd via allerlei manieren: via vrienden en familie, de media, bezoeken aan bouw- en woonbeurzen of in sommige gevallen zelfs door gewoonweg rond te rijden in Vlaanderen. Via al deze kanalen zijn voorbeelden van alternatieve vormen van wonen redelijk beperkt. Er is volgens hun dus een groot gebrek aan evocatieve en inspirerende voorbeelden die het beeld en vooroordeel van bepaalde vormen van wonen zou kunnen beïnvloeden of zelfs veranderen<sup>66</sup>.

Natuurlijk is de persistentie van de vrijstaande eengezinswoning ook te verklaren door een reeks andere factoren – die minder rechtstreeks te wijten zijn aan de woningzoekende en zijn woonwensen – die zowel oorzaak als gevolg zijn<sup>67</sup>. Zo heeft de **lokale overheid** weinig stimulans om het aantal eengezinswoningen in hun gemeenten te beperken. Een gemeente met een rustig, groen residentieel karakter opgemaakt door ruime, vrijstaande woningen verzekert enerzijds voldoende woonkwaliteit en leefbare omstandigheden, maar garandeert anderzijds hierdoor ook het behouden van de middenklasse die een belangrijke bron van inkomen vormen door de hoge inkomens- en eigendomsbelastingen die deze gezinnen moeten betalen aan de gemeente. Soms kan het behouden van de middenklasse zelfs gestuurd zijn door electorale motieven. Bovendien zijn de grootste kosten voor het organiseren van dit verspreide wonen voor de Vlaamse overheid en niet voor de gemeente zelf. Daarnaast zijn ook bepaalde **regels uit de planningscontext** verantwoordelijk. De regels voor het ombouwen van eengezinswoningen naar meergezinswoningen zijn zeer streng. Hier heeft het beleid wel al maatregelen tegen genomen, zoals het invoeren van het Woonzorgdecreet in 2009 dat vormen van kangoeroewonen toelaat en binnenkort ook de afschaffing van de verkavelingsvoorschriften. Ook andere **wettelijke bepalingen** zorgen voor de populariteit van de eengezinswoning en belemmeren het doorbreken van andere woonvormen. Het is bijvoorbeeld financieel en fiscaal nadelig om te cohousen. Het zijn nog zeer conservatieve wettelijke bepalingen die erop gericht zijn om families een eengezinswoningen te laten bewonen.<sup>68</sup>



### 3.2.2.3. NIMBY EN RESISTENTIE BIJ DE 'EIGEN WONING IN HET GROEN'

De vrijstaande eengezinswoning kent bovendien ook resistentie tegen verandering, zowel op niveau van de individuele woning als op niveau van de buurt. Deze resistentie draagt op zich ook weer bij aan de persistentie van het eenduidige woonmodel. Verschillende onderzoekers bewezen al het statische karakter van residentiele woonomgevingen, ze zijn vaak 'bevoren in de tijd' of 'versteend'<sup>69</sup>. Ze ondergaan amper verandering doorheen de tijd en staan er ook niet open voor. Op **niveau van de woning** zorgt de ruimtelijke lay-out ervoor dat de woning moeilijk om te bouwen is naar een meergezinswoning in tegenstelling tot bijvoorbeeld burgerwoningen in de stad die vaak verbouwd worden tot een meergezinswoning met een appartement op elke verdieping. Ook de eigenaars zelf staan sceptisch tegenover een alternatieve invulling van het oorspronkelijk ontwerp. Huishoudens hebben namelijk een relatie opgebouwd met hun huis en thuis, die verhindert dat de eigenaar op de meest rationele manier gaat reageren op sociale, economische en ecologische veranderingen. De betekenis van 'thuis' zorgt ervoor dat bewoners weinig open staan voor aanpassingen aan hun huis. Daarnaast vrezen de bewoners ook **veranderingen op niveau van de buurt**. Bervoets deed onderzoek naar de houding van mensen ten opzichte van de opdeling van eengezinswoning in residentiele buurten. Hij concludeert dat de anti-stedelijke houding ervoor zorgt dat Vlamingen de achteruitgang van hun residentiele buurt vrezen. Zo lang het aantal opdelingen in de buurt en dus de dichtheid voldoende laag bleef zonder extra overlast en visuele veranderingen aan de omgeving, bleken weinig mensen bezwaar te hebben. Dit kan verklaard worden door de diepgaande liberale houding van de Vlamingen. Het draagvlak voor verandering stuikte echter in elkaar wanneer deze opdelingen in hun directe omgeving zouden plaatsvinden. Sommigen vreesden een negatieve impact op hun privacy en anderen waren bezorgd over de 'soort' mensen die deze kleinere woningen met zich mee zouden brengen<sup>70</sup>. De bezorgdheid voor de verstedelijking van de buurt leidt tot een duidelijke 'Not In My Back Yard'-houding bij de bewoners van residentiële buurten (NIMBY). Deze houding wordt verder gevoed door een bekommernis over de financiële waarde van hun woning door veranderingen in het karakter van de buurt. De woning is voor hun een belangrijke investering en een negatieve impact op de financiële waarde wordt niet geaccepteerd. Opdelingen van woningen in de buurt worden vaak negatief gepercipieerd, maar anderen suggereren dat het even goed zou kunnen leiden tot een stijging van de financiële waarde doordat er net meer dichtheid gecreëerd kan worden. Dit is evenwel sterk afhankelijk van de locatie en de lokale marktvrage naar kleinere woningen<sup>71</sup>. De **perceptie van de impact van de veranderingen** is dus een belangrijke factor bij het ontstaan van een NIMBY-houding.

### 3.2.3. DRAAGVLAK AFGEWOGEN

#### GEEN EENDUIDIG VERDICT

Het woonideaal van de Vlaming blijft zeer persistent. De baksteen in de maag van de Vlaming is nog niet verdwenen. De vastgelopen mobiliteit leidt er wel toe dat mensen meer gaan nadenken over nabijheid, bereikbaarheid en efficiëntie, maar mobiliteit blijkt nog niet de doorslag te geven in de keuze voor een woonlocatie.

“Een automobilist in België staat gemiddeld 60 uur per jaar in de file. Een wereldrecord is dat, maar zelfs dat volstaat niet om het versnipperde Vlaamse woonpatroon te doorbreken. De mobiliteitsknoop toont hoe persoonlijk en subjectief ons idee over wonen wel is gekleurd. Het eigen huis blijft daarin de rode draad.”<sup>72</sup>

Volgens Pascal De Decker moeten mensen geen rekening houden met mobiliteitskosten. Abonnementen en bedrijfswagen blijven spotgoedkoop, waardoor dichterbij werk gaan wonen nauwelijks winst oplevert en mensen te weinig worden aangezet om hun woonpatroon aan te passen<sup>73</sup>. Het bezitten van een eigen huis dat beantwoordt aan het traditionele woonideaal blijft daarnaast zeer belangrijk voor een grote groep mensen en verklaart mede de blijvende aantrekkingskracht van het buitengebied. Dat de vraag naar dit woontype nog

steeds aanzienlijk is, blijkt ook uit de cijfers: het aantal gezinnen in het buitengebied blijft stijgen en open ruimte blijft ingenomen worden.

Tegelijkertijd creëert de algemene bezorgdheid over de mobiliteit wél een draagvlak voor de nood aan een serieuze ommezwaai. Niemand durft nog te ontkennen dat we goed bezig zijn in Vlaanderen. Er móet iets veranderen. Niet alleen de mobiliteit raakt in het slop, maar ook rust, groen en (verkeers)veiligheid – de kwaliteiten die zo gewaardeerd worden in residentiële omgevingen – raken zelfs in landelijke omgeving steeds meer in het gedrang door de toenemende verspreide bebouwing. Kinderen kunnen in landelijke omgeving bijvoorbeeld niet meer veilig naar school fietsen door het drukke verkeer<sup>74</sup>. Het draagvlak en besef voor de nood aan een ommezwaai bleek ook duidelijk in de toekomstvisies uit de burgerparticipatie ‘Ruimte voor morgen’.

Volgens sommigen heeft de *sense of urgency* de laatste jaren ervoor gezorgd dat er voldoende draagvlak is voor verandering. Uit de burgerparticipatie blijkt dat de bevolking open staat voor een andere toekomst. De Vlaming blijkt minder conservatief over de toekomst van zijn leefomgeving dan veel politici denken. Daarnaast pleiten experts en architectenbureaus duidelijk mee voor verandering. De conclusie luidt dat Schauvliege voldoende medestanders heeft om fundamentele veranderingen door te voeren<sup>75</sup>. Anderen zijn echter sceptischer en geloven niet dat de Vlaming klaar is voor veranderingen en voldoende bewust zijn van de nood aan verandering. Als de Vlaming mag kiezen hoe hij woont, dan kiest de doorsnee-Vlaming nog steeds voor de Vlaamse woondroom<sup>76</sup>.

## EEUWIGE PARADOX

Het draagvlak blijkt de dag van vandaag niet eenduidig. Er lijkt een spanning op te treden, zelfs binnen de veelbelovende resultaten van de burgerparticipatie ‘Ruimte voor morgen’. Yves Desmet, voormalig hoofdredacteur van De Morgen, beschrijft dit als volgt:

“Vlaanderen wordt in 2050 een paradijs. ... Maar tegenover deze ruim gedragen ruimtelijke droom staat de vaststelling dat we al decennialang net andersom bezig zijn. ... We willen het ideaal wel, maar niet als we daar zelf offers voor moeten brengen.”<sup>77</sup>

Want wat blijkt uit de enquête? Fiscale incentives om in de stad te gaan wonen door de belastingen daar te verlagen, of grotere kosten voor de aanleg van infrastructuur in het buitengebied, ziet een grote meerderheid niet zitten. Desmet vergelijkt het met een anekdote van Jean-Luc Dehaene die op een buurtvergadering met een man geconfronteerd werd die een verkeersdrempel in zijn eigen straat wou voor de veiligheid, maar die hij liever niet had gezien in de andere straten omdat hij daar onbelemmerd door moest kunnen rijden. We willen de open ruimte wel, op voorwaarde dat we erin kunnen wonen. De **onverenigbaarheid tussen de twee** wordt echter niet gezien<sup>78</sup>. Wat Desmet naar voren brengt is dat de Vlamingen het wel eens zijn over het algemene belang, maar dat dit nog niet spoort met het individuele belang. Dit verklaart voor een stuk de zeer verschillende resultaten uit de onderzoeken. De burgerparticipatie ‘Ruimte voor morgen’ focuste op de visie voor Vlaanderen op de lange termijn, waardoor de nadruk vooral kwam te liggen op het algemene belang, terwijl het onderzoek van An Pisman de individuele wensen meer centraal plaatste, waardoor het individuele belang primeerde. ‘Ruimte voor morgen’ was dan ook bewust opgesteld op de lange termijn zodat losgekoppeld kon worden van de situatie van vandaag, dit maakte dat korte termijn opofferingen of confrontaties weinig tot niet in het plaatje kwamen en het resulterende draagvlak voor duurzame ruimtelijke ordening waarschijnlijk breder werd dan wanneer de individuele wensen en ‘opofferingen’ centraal staan. Het draagvlak in Vlaanderen wordt dus grotendeels bepaald door de **eeuwige paradox tussen het algemeen en individueel belang**, tussen individuele vrijheid en een duurzaam Vlaanderen. Of zoals minister Schauvliege het verwoordt:

"Ruimtelijke ordening botst wel met het idee dat het eigendomsrecht onaantastbaar en absoluut is. Dat is soms moeilijk om uit te leggen. Maar allemaal onze goesting doen op ons eigen terreintje, leidt tot een totaal onleefbaar eindresultaat."<sup>79</sup>

Het is de paradox waar elke politicus mee worstelt: al is er een groot maatschappelijk draagvlak voor meer ruimte, meer groen en minder auto's in Vlaanderen, vanaf dat er daar een individuele inspanning voor wordt gevraagd, wordt de overheid een "regelnevende boeman die het individuele geluk bedreigt"<sup>80</sup>. Zo komt de politicus – zoals voordien aangehaald – voor de **keuze tussen zijn electorale angst of zijn maatschappelijke plicht** te staan.

### ROL VAN RUIMTELIJKE PLANNING

Pisman merkt de paradox ook op: de som van individuele, private belangen – of het 'overkoepelend belang' – is niet noodzakelijk maatschappelijk optimaal. De overheid moet een ruimtelijk beleid ontwikkelen in functie van het algemeen belang, één die niet strijdig is met een duurzame beleidshouding. De **rol van de ruimtelijke planning** in de maatschappij is duidelijk volgens Pisman en ze haalt er een bijzonder interessante definitie bij:

"Ruimtelijke planning beoogt via plannen, voorschriften, maatregelen en werken beleidsmatige randvoorwaarden te formuleren zodat de best denkbare wederkerige aanpassing van ruimte en samenleving, ter wille van de samenleving, mogelijk wordt gemaakt. De ruimte en de manier waarop de ruimte wordt gebruikt, zijn immers in belangrijke mate het resultaat van handelingen van individuen en groepen. De overheid kan daarbij via ruimtelijke planning slechts trachten de handelingen en wensen van deze individuen en groepen in een beoogde richting te laten evolueren"<sup>81</sup>

Leinfelders stelt dat er een expliciete relatie is tussen ruimtelijke veranderingen en individuele keuzes over zaken met een ruimtelijke impact zoals woonplaatskeuze, keuze van verplaatsingsmodus, vrijetijdsgedrag, .... De invloed van de overheid is daarbij beperkt tot het sturen van deze individuele keuzes. Leinfelder pleit daarom, niet voor een ruimtelijke planning die – op een meer fysische en technische manier – via het planningsinstrumentarium de ruimtelijke context probeert te wijzigen, maar voor een ruimtelijke planning met een meer subjectgebonden benadering die via het planningsinstrumentarium het onderliggende menselijke handelen en de individuele wensen van de gebruikers tracht te sturen of te wijzigen<sup>82</sup>.

Pisman en Leinfelder lichten het belang toe van het beïnvloeden van het handelen en wensen van de ruimtegebruiker in plaats van de focus op het veranderen van de ruimtelijke context zelf. Gezien het draagvlak voor een duurzame ruimtelijke planning nog steeds verdeeld is, de woonwens van de Vlaming nog steeds sterk gekleurd is door de doorwerking van het verleden, is deze thesis een pleidooi dat het beleid sterker moet **inzetten op het beïnvloeden van de individuele woonwensen van de Vlaming**. Het eigenbelang van de Vlaming – dat jarenlang primeerde door het gebrek aan een sturend ruimtelijk duurzaamheidsbeleid – moet nu bijgestuurd worden in het perspectief van het algemene belang.

### 3.3. Conclusie

“Van onder uit moet de hoogdringendheid van een oplossing worden opgedrongen en dit zal slechts kunnen als iedere medeburger de ogen begint te openen en te zien. Want het lijkt wel zo dat de meeste mensen in hun argeloze braafheid rondwandelen als slaapwandelaars. Laten we wakker worden! Het is hoog tijd dat we beginnen denken...”<sup>83</sup>

Bijna 50 jaar geleden schreef Renaat Braem deze woorden. In het besef dat de doorsnee-Vlaming nog steeds de vrijstaande woning in het groen verkiest, lijken deze woorden nog steeds even relevant. Renaat Braem probeerde in de jaren 60 de burger al op te roepen tot een mentaliteitswijziging, zodanig de verkaveling een halt toe te roepen. De burger is echter nog steeds niet volledig wakker geschud. Hoe kunnen we het nu beter doen? Hoe kunnen we de Vlaming meekrijgen? Hoe kunnen we het beginnende draagvlak vergroten zodanig een breed publiek te overtuigen? Hoe kunnen we de culturele traditie van een door de maatschappij gecreëerde individuele woonwens doorbreken? Hoe kunnen we de langverwachte mentaliteitswijziging effectief realiseren? Een sterke steun van het brede publiek kan de realisatie van een duurzaam Vlaanderen serieus versnellen (of net vertragen indien gebrek eraan). Dit is de centrale kwestie waaraan het verder onderzoek van deze thesis probeert bij te dragen.

Er is een discrepantie tussen wat een grote groep van de bevolking nog steeds wil en wat gepland wordt voor een duurzame toekomst voor Vlaanderen. Heel wat ruimtelijke experts lijken het intussen eens te raken over de plannen van kernversterking en mobiliteitgestuurde ontwikkeling, terwijl een grote groep Vlamingen nog steeds verlangd naar het bezit van een rustige, ruime vrijstaande eengezinswoning gericht op automobilitieit die in zijn huidige vorm niet past binnen het duurzaamheidsstreven. Er wordt echter wel een ruim maatschappelijk draagvlak voor een duurzame toekomst voor Vlaanderen gedetecteerd, maar de vraag stelt zich of het draagvlak voor het nieuwe woonpatroon effectief voldoende groot is. Door de aanhoudende verkaveling en dichtgeslibde mobiliteit lijkt niemand meer te betwisten dat de tijd rijp is voor verandering. Het algemeen belang heeft door de *sense of urgency* aan prioriteit gewonnen. Iedereen staat nu open voor een groener en duurzamer Vlaanderen. Dat is zeker en vast positief en hoopgevend. Dit betekent echter niet per se dat de voorgestelde concrete oplossingen ook voldoende gedragen zullen zijn. De plannen komen alvast niet overeen met de traditionele, individuele woonwens die nog steeds alomtegenwoordig is en weinig is geëvolueerd. De tegenstrijdigheid valt op en kan problematisch zijn. De discrepantie tussen woonwens en ruimtelijke plannen doet vermoeden dat implementatie van de toekomstplannen moeizaam zou kunnen verlopen. Enerzijds moeizaam door een blijvende vraag naar woonruimte in het buitengebied en bijgevolg mogelijk een gebrek aan vraag naar de nieuwe woonvormen in de kernverdichte gebieden. Ook moeizaam door protest van de mensen die in rustigere residentiële landelijke gebieden wonen tegen veranderingen in hun omgeving. Residentiële omgevingen blijken zeer resistent tegen veranderingen – omwille van o.a. de *Not In My Back Yard*-attitude – en zouden bij gebrek aan draagvlak en begrip van de impact van de veranderingen kernversterking en mobiliteitgestuurde ontwikkelingen in hun omgeving kunnen vertragen of helemaal tegenhouden. Het verdeelde draagvlak kan dus problematisch zijn. Een grondige mentaliteitswijziging is nog steeds noodzakelijk en zal een cruciale factor spelen in het succes van de toekomstplannen. Het is strategisch en verantwoord om preventief in te zetten op het versterken van het draagvlak en het bijsturen van de houding en de woonwensen van de Vlaming.

- 
- <sup>1</sup> Grafe, *Dierbaar is duurzaam*.
- <sup>2</sup> KVAB, *Energiezuinige gebouwen: van geïsoleerd over lage-energie naar passief, nulenergie en plusenergie* (Wetteren: Universa, 2010).
- <sup>3</sup> Grafe, *Dierbaar is duurzaam*.
- <sup>4</sup> Departement RWO, "Ruimte voor morgen. Burgerparticipatie voor een groenboek beleidsplan ruimte".
- <sup>5</sup> Pisman, Allaert, en Lombaerde, "Ideaal wonen vanuit het perspectief van de bewoner", 37.
- <sup>6</sup> Vlaams Energieagentschap, "Het energiebewustzijn en -gedrag van de Vlaamse huishoudens 2015" (2015), geraadpleegd 24 november 2015, [www2.vlaanderen.be/economie/energiesparen/beleid/REGenquete2015.pdf](http://www2.vlaanderen.be/economie/energiesparen/beleid/REGenquete2015.pdf); Annemie Turtelboom, "Vlaming vindt energiebesparing (heel) belangrijk, maar voert daad nog te weinig bij het woord", 16 oktober 2015, <http://annemieturtelboom.be/vlaming-vindt-energiebesparing-heel-belangrijk-maar-voert-daad-nog-te-weinig-bij-het-woord/>.
- <sup>7</sup> Karen Allacker, "Duurzame huisvesting vanuit het levenscyclusedenken" (Heverlee, 1 oktober 2015).
- <sup>8</sup> Han Vandevyvere, "Op kop of aan de staart", *Ruimte* 3, nr. 10 (2011): 56–59.
- <sup>9</sup> Karen Allacker, "Duurzaam bouwen: ontwikkeling van een evaluatiemethode op gebouwniveau" (Katholieke Universiteit Leuven, 2010); Allacker, "Duurzame huisvesting vanuit het levenscyclusedenken".
- <sup>10</sup> Wesley Ceulemans en Griet Verbeeck, "Grote Woononderzoek 2013: Deel 6. Energie" (Steunpunt Wonen, 2015), [http://steunpuntwonen.be/Documenten\\_2012-2015/Onderzoek\\_Werkpakketten/gwo-volume-2-deel-6-eind.pdf](http://steunpuntwonen.be/Documenten_2012-2015/Onderzoek_Werkpakketten/gwo-volume-2-deel-6-eind.pdf).
- <sup>11</sup> Vermunicht, "De vrijstaande passiefwoning versus duurzame ruimtelijke ordening in Vlaanderen. Onderzoek naar de bestaande suburbane woningvoorraad in Vlaanderen [masterproef]".
- <sup>12</sup> Ibid.
- <sup>13</sup> Van Broeck, "Expertadvies sensibilisering bouwcultuur en ruimtelijk rendement.", 20.
- <sup>14</sup> Wouter Bervoets e.a., "Towards a sustainable transformation of the detached houses in peri-urban Flanders, Belgium", *Journal of Urbanism: International Research on Placemaking and Urban Sustainability* 8, nr. 3 (2014): 302–330, <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17549175.2014.909368>.
- <sup>15</sup> Ann De Boeck, "Alle huizen krijgen een M-score", *De Morgen*, 16 juni 2015, 1.
- <sup>16</sup> De Boeck, "Alle huizen krijgen een M-score".
- <sup>17</sup> Bart Eeckhout, "Standpunt", *De Morgen*, 17 juni 2015.
- <sup>18</sup> De Boeck, "Alle huizen krijgen een M-score".
- <sup>19</sup> Van Horenbeek, "Schauvliegertekent ruimtelijke ordening"; Laurenz Verledens, "'Hoger, kleiner, sneller, creatiever'", *Knack Trends*, 25 februari 2016.
- <sup>20</sup> Verledens, "'Hoger, kleiner, sneller, creatiever'".
- <sup>21</sup> Van Haver, "Zonder megabocht mist Vlaanderen de klimaatrein".
- <sup>22</sup> Grafe, *Dierbaar is duurzaam*.
- <sup>23</sup> Ibid., 19.
- <sup>24</sup> Eeckhout, "Standpunt".
- <sup>25</sup> Canfyn, *Het syndroom van verkavelingsvlaanderen*, 46.
- <sup>26</sup> Ibid.
- <sup>27</sup> Vlaams Energieagentschap, "Het energiebewustzijn en -gedrag van de Vlaamse huishoudens 2015".
- <sup>28</sup> Departement RWO, "Ruimte voor morgen. Burgerparticipatie voor een groenboek beleidsplan ruimte", 31.
- <sup>29</sup> Femke Van Garderen, "'Betonstop moet sneller'", *De Morgen*, 24 mei 2016.

- 
- <sup>30</sup> De Groote, "Het einde van huisje, tuintje, boompje", 45.
- <sup>31</sup> "Steeds minder mensen met laag inkomen kunnen woning kopen", *Knack Trends*, 14 november 2016, <http://m.trends.knack.be/economie/immo/steeds-minder-mensen-met-laag-inkomen-kunnen-woning-kopen/article-normal-776323.html>.
- <sup>32</sup> De Groote, "Het einde van huisje, tuintje, boompje", 45.
- <sup>33</sup> Sien Winters e.a., "Wonen in Vlaanderen anno 2013. De bevindingen uit het Grote Woononderzoek 2013 gebundeld" (Steunpunt Wonen, maart 2015), [http://steunpuntwonen.be/Documenten\\_2012-2015/Onderzoek\\_Werkpakketten/gwo-volume-1-eind.pdf](http://steunpuntwonen.be/Documenten_2012-2015/Onderzoek_Werkpakketten/gwo-volume-1-eind.pdf).
- <sup>34</sup> De Groote, "Het einde van huisje, tuintje, boompje", 45.
- <sup>35</sup> De Groote, "Het einde van huisje, tuintje, boompje".
- <sup>36</sup> Wouter Van Driessche, "'Betonstop pas in 2050: waar halen we het?'" , *De Standaard*, 13 augustus 2016.
- <sup>37</sup> Guido Cloostermans, "Autodelen zit in de lift", *Het Belang van Limburg*, 24 november 2016.
- <sup>38</sup> De Groote, "Het einde van huisje, tuintje, boompje".
- <sup>39</sup> Ibid., 45.
- <sup>40</sup> De Groote, "Het einde van huisje, tuintje, boompje".
- <sup>41</sup> Peter Impe, "'Vlaming houdt vast aan (bijna) alle woonclichés'" , *Knack Trends*, 10 juli 2016, <http://trends.knack.be/economie/immo/vlaming-houdt-vast-aan-bijna-alle-wooncliches/article-opinion-726785.html>.
- <sup>42</sup> Ibid.
- <sup>43</sup> Tom Ysebaert, "Vlaming is uitverkaveld", *De Standaard*, 1 maart 2016, [http://www.standaard.be/cnt/dmf20160229\\_02157095](http://www.standaard.be/cnt/dmf20160229_02157095).
- <sup>44</sup> Ibid.
- <sup>45</sup> Devoldere, "Wijlen de fermette-Vlaming".
- <sup>46</sup> Pisman, Allaert, en Lombaerde, "Ideaal wonen vanuit het perspectief van de bewoner".
- <sup>47</sup> Ibid.
- <sup>48</sup> Ann Verhetsel, Frank Witlox, en Nele Tierens, *Jongeren en wonen in Vlaanderen: woonsituatie, woonwensen en woonbehoeften* (Antwerpen: De Boeck, 2003).
- <sup>49</sup> Verheyen, "Kavel per kavel? Onderzoek naar duurzame alternatieven voor de klassieke verkaveling in Vlaanderen [masterproef]".
- <sup>50</sup> Ibid.
- <sup>51</sup> Canfyn, *Het syndroom van verkavelingsvlaanderen*.
- <sup>52</sup> De Decker, "Understanding Housing Sprawl"; Ryckewaert e.a., *Een woonmodel in transitie*; Grietens, *Vlaanderen in de knoop*; Canfyn, *Het syndroom van verkavelingsvlaanderen*; Wouter Bervoets en Hilde Heynen, "The Obduracy of the Detached Single Family House in Flanders", *International Journal of Housing Policy* 13, nr. 4 (2013): 358–380, doi:10.1080/14616718.2013.840109.
- <sup>53</sup> Canfyn, *Het syndroom van verkavelingsvlaanderen*.
- <sup>54</sup> Bervoets en Heynen, "The Obduracy of the Detached Single Family House in Flanders"; Cervero, "Public Transport and Sustainable Urbanism"; Dowell Myers en Elizabeth Gearin, "Current preferences and future demand for denser residential environments", *Housing Policy Debate* 12, nr. 4 (2001): 633–659, doi:10.1080/10511482.2001.9521422.
- <sup>55</sup> Wouter De Broeck, "Aantrekkingskracht landelijke gemeenten blijft groot", *De Tijd*, 15 april 2015, [http://netto.tijd.be/nieuws/archief/Aantrekkingskracht\\_landelijke\\_gemeenten\\_blijft\\_groot.9626367-1616.art?ckc=1](http://netto.tijd.be/nieuws/archief/Aantrekkingskracht_landelijke_gemeenten_blijft_groot.9626367-1616.art?ckc=1).
- <sup>56</sup> Cervero en Sullivan, "TODs for Tots".

- 
- <sup>57</sup> De Broeck, "Aantrekkingskracht landelijke gemeenten blijft groot"; Bervoets en Heynen, "The Obduracy of the Detached Single Family House in Flanders"; Pisman, Allaert, en Lombaerde, "Ideaal wonen vanuit het perspectief van de bewoner"; Winters e.a., "Wonen in Vlaanderen anno 2013. De bevindingen uit het Grote Woononderzoek 2013 gebundeld".
- <sup>58</sup> Van Broeck, "Expertadvies sensibilisering bouwcultuur en ruimtelijk rendement."
- <sup>59</sup> De Broeck, "Aantrekkingskracht landelijke gemeenten blijft groot".
- <sup>60</sup> Ibid.
- <sup>61</sup> Isabelle Pannecoucke en Pascal De Decker, "Grote Woononderzoek 2013: Deel 7. Woontevredenheid en woongeschiedenis" (Steunpunt Wonen, 2015), [https://steunpuntwonen.be/Documenten\\_2012-2015/Onderzoek\\_Werkpakketten/gwo-volume-2-deel-7-eind.pdf](https://steunpuntwonen.be/Documenten_2012-2015/Onderzoek_Werkpakketten/gwo-volume-2-deel-7-eind.pdf).
- <sup>62</sup> De Broeck, "Aantrekkingskracht landelijke gemeenten blijft groot".
- <sup>63</sup> Canfyn, *Het syndroom van verkavelingsvlaanderen*.
- <sup>64</sup> Cervero en Sullivan, "TODs for Tots"; Cervero, "Public Transport and Sustainable Urbanism".
- <sup>65</sup> De Broeck, "Aantrekkingskracht landelijke gemeenten blijft groot"; Bruno Meeus en Pascal De Decker, *De geest van suburbia* (Antwerpen: Garant, 2013).
- <sup>66</sup> Bervoets en Heynen, "The Obduracy of the Detached Single Family House in Flanders".
- <sup>67</sup> Ibid.
- <sup>68</sup> Ibid.; Bervoets e.a., "Towards a sustainable transformation of the detached houses in peri-urban Flanders, Belgium".
- <sup>69</sup> Bervoets en Heynen, "The Obduracy of the Detached Single Family House in Flanders".
- <sup>70</sup> Ibid.
- <sup>71</sup> Ibid.
- <sup>72</sup> De Broeck, "Aantrekkingskracht landelijke gemeenten blijft groot".
- <sup>73</sup> Ibid.
- <sup>74</sup> Ibid.; De Groote, "Het einde van huisje, tuintje, boompje".
- <sup>75</sup> Departement RWO, "Ruimte voor morgen. Burgerparticipatie voor een groenboek beleidsplan ruimte"; Kris Peeters, "In 2050 is er geen ruimte meer om te redden", *De Standaard*, 25 mei 2016; Ysebaert, "Vlaming is uitverkaveld".
- <sup>76</sup> Devoldere, "Wijlen de fermette-Vlaming"; Impe, "Vlaming houdt vast aan (bijna) alle woonclichés".
- <sup>77</sup> Yves Desmet, "Ruimte", *De Morgen*, 28 april 2011; Departement RWO, "Ruimte voor morgen. Burgerparticipatie voor een groenboek beleidsplan ruimte".
- <sup>78</sup> Desmet, "Ruimte".
- <sup>79</sup> Verledens, "'Hoger, kleiner, sneller, creatiever'".
- <sup>80</sup> Desmet, "Ruimte".
- <sup>81</sup> Hans Leinfelder, "Dominante en alternatieve planningsdiscoursen ten aanzien van landbouw en open ruimte in een (Vlaamse) verstedelijkende context" (Universiteit Gent, 2007), 38; Pisman, Allaert, en Lombaerde, "Ideaal wonen vanuit het perspectief van de bewoner".
- <sup>82</sup> Pisman, Allaert, en Lombaerde, "Ideaal wonen vanuit het perspectief van de bewoner".
- <sup>83</sup> Braem, *Het lelijkste land ter wereld*, 45.





# Hoofdstuk 4

## De brug tussen burger en ruimtelijk beleid

**Inleiding.** In het vorige hoofdstuk werd vastgesteld dat er een blijvende nood is om te werken aan een draagvlak bij het breed publiek. In dit hoofdstuk wordt bekeken hoe ruimtelijk beleid momenteel de brug probeert te slaan naar de bevolking. Tegenwoordig richt men zijn pijlen vooral op participatie met de burger. Eerst wordt kort weergegeven hoe deze focus op participatie in ruimtelijk beleid tot stand is gekomen. Daarna volgt een nuancering; er wordt een Australische studie over Sidney besproken die aangeeft dat de huidige vorm van participatie tekort schiet. Die studie biedt bovendien een antwoord op hoe men dan wél de brug moet slaan naar de burger. Hieruit zullen suggesties resulteren voor hoe men ook in Vlaanderen op een betere manier de brug kan slaan naar de burger, zodanig meer draagvlak te genereren voor ruimtelijk beleid en het pad naar hoger ruimtelijk rendement te verzekeren.

## 4.1. Van ratio naar co-productie

In de jaren vijftig en zestig was planning zeer top-down en technocratisch. Het was een rationele en analytische planning die geleid werd door de getrainde deskundige, de planner-expert met alle kennis in huis. De planner was een visionair die wist wat goed was voor de burgers en met de macht van kennis zijn plannen realiseerde volgens een lineair proces. De planner had een té groot geloof in de maakbaarheid van de ruimte.<sup>1</sup> Deze rationele planning – ook wel analytische planning, top-down planning, technocratische planning of *blueprint planning* genoemd – is kenmerkend voor het modernisme in de jaren vijftig en zestig. De planner maakte rationele beslissingen, vaak gemotiveerd door kosten-batenanalyses van technische en economische aard. Deze vorm van planning stuitte dan ook op verzet door het gebrek aan sociale bekommernis. De befaamde strijd tussen technocraat Robert Moses en sociologe Jane Jacobs in 1962 voor de realisatie van de *Lower Manhattan Expressway* in New York weerspiegelt deze ontwikkeling.<sup>2</sup> Beiden hadden het beste voor met de stad en leefomgeving van de burger: voor Jane Jacobs betekende dat een stad op mensmaat waarbij inwoners een actieve rol spelen bij de inrichting van de leefomgeving, voor Robert Moses betekende het een stad waar infrastructuur en dichtheid goed georganiseerd worden. Het was uiteindelijk Jane Jacobs die met behulp van gemobiliseerde inwoners erin slaagde om de plannen voor de autoweg te stoppen.<sup>3</sup> Met het twintig jaar lang aanslepende ‘Oosterweelsaga’ dat recent resulteerde in een ‘historisch akkoord’ tussen overheden en burgerbewegingen, hebben we in Vlaanderen onze eigen versie van de *Lower Manhattan Expressway*. Filip De Rynck, professor in de bestuurskunde aan de UGent, verwoorde het ‘Oosterweelsaga’ passend in een artikel van Mo\*:

“Een schoolvoorbeeld van hoe ingenieurs, technocratisch, dachten dat ze konden volstaan met het uittekenen van een brug. Zonder een brug met de bevolking te slaan. Al die jaren later is men nu pas bezig met een zoektocht naar draagvlak. Dat is wat die intendant nu effectief probeert te doen. Hij probeert bruggen te bouwen, figuurlijk dan. Samen met Ademloos en de burgerbewegingen.”<sup>4</sup>



Figuur 4.1: Jane Jacobs



Figuur 4.2: Robert Moses

Sinds de weigering van de *Lower Manhattan Expressway* in New York is het bewustzijn gegroeid: “achter tekentafels getekende of in ministeries opgestelde ruimtelijke plannen zijn op drijfzand gebouwd: ze missen maatschappelijk draagvlak en lokken dan ook vaak **weerstand** uit.”<sup>5</sup> Participatie werd steeds meer geopperd als hét instrument om ruimtelijke plannen **democratische legitimiteit** te geven. Betrokken partijen zouden positiever staan tegenover ruimtelijke ingrepen indien ze hun stem mogen laten klinken. Dit leidde in eerste instantie tot *advocacy planning*. *Advocacy planners* gingen optreden als advocaten voor diegenen die niet vertegenwoordigd werden in het besluitvormingsproces of trachtten hun aan te moedigen zelf deel te nemen aan het planningsproces. Daarnaast ontstond ook *communicative planning*, waarin Patsy Healey een belangrijke rol heeft gespeeld.<sup>6</sup> Hij baseerde zich op de theorie van het communicatieve handelen van Jürgen Habermas, namelijk dat waarheid ontstaat door een rationele discussie en een machtsvrije communicatie die uiteindelijk leidt tot een rationele consensus tussen alle betrokken partijen.<sup>7</sup> In de planning komt het neer op een respectvol debat tussen alle partijen zowel over het vastgestelde probleem als over mogelijke oplossingen, waarbij men door rationele overtuiging tot een consensus komt. Ruimtelijke planning gaat over discussie, negotiatie, rationalisatie en argumentatie. Het gaat erom elkaars belangen beter te begrijpen en te accepteren. Door collaboratie en interactie komt men dan volgens *communicative planning* tot een antwoord. De planner heeft hierbij een faciliterende rol als manager en makelaar van kennis. *Communicative planning* staat ook bekend als *collaborative planning*, participatieve planning, interactieve besluitvorming, open planprocessen, deliberatieve democratie, *urban governance*, netwerkplanning of co-productie. Terwijl *communicative planning* consensusgeoriënteerd is, zijn er ook tegenstanders die uitgaan van het idee dat planning steeds conflict-georiënteerd is, dit is de zogenaamde *agonistic planning*, ontwikkeld door Chantalle Mouffe.<sup>8</sup> *Communicative planning* is voor hun een leugen, omdat die theorie ervan uitgaat dat consensus mogelijk is, terwijl de *agonistic planning* beweert dat

verschillende partijen steeds van mening zullen verschillen en er niet per se een rationele waarheid zal komen bovendrijven. Bijgevolg zullen compromissen steeds noodzakelijk zijn. Beide bewegingen geloven wel dat men door participatie van belanghebbenden en pluralisme van kennis tot een antwoord zal komen. De planner-expert heeft dus hoe dan ook zijn positie van onafhankelijke en inspirerende academicus verloren. Een monopolie op de waarheid bestaat niet meer in een wereld waar de macht diffuus is.<sup>9</sup> Ook in onze regionen werd participatie steeds belangrijker, ook op Vlaams niveau. Bij de creatie van het RSV in de jaren negentig ging men voor de eerste maal participeren met een breed publiek over Vlaams ruimtelijk beleid. Men trachtte de Vlaming te betrekken met behulp van een folder (Vlaanderen voor liefhebbers) en participatiemomenten met lokale bewoners.

Ondanks het toegenomen belang van participatie, ondervond men de laatste jaren dat ruimtelijke plannen in de praktijk niet op minder, maar net op **méer weerstand** botsten.<sup>10</sup> Men organiseerde namelijk openbare onderzoeken en informatievergaderingen ná de effectieve besluitvorming. Dit bleek geen garantie voor voldoende draagvlak. Men noemt het **'procedurele schijnparticipatie'** waarbij inspraak te laat komt en het plan in feite al beslist is. Weinig en te late inspraak holt het draagvlak voor besluitvorming net uit, dit verklaart de toegenomen weerstand en de escalatie aan klachten bij de Raad van State. Het spreekt voor zich dat dit nefast is voor de uitvoering van plannen op het terrein.

De **commissies Berx en Sauwens** werden naar aanleiding van de toegenomen weerstand aangesteld om aanbevelingen te formuleren "ter versnelling van investeringsprojecten"<sup>11</sup>. De aanbevelingen komen neer op een pleit voor projectgedreven planning waarbij de burger **in een vroege fase van het planproces** betrokken moet worden. Vroegere participatie zou leiden tot betere plannen door het in acht nemen van meerdere invalshoeken. Tegelijk zou het een breder draagvlak voor de plannen stimuleren, maar ook de effectieve realisatie van de plannen bewerkstelligen.<sup>12</sup> Ook deze verregaande vorm van burgers betrekken – co-productie – is terug te zien in hedendaags Vlaams ruimtelijk beleid. Vanaf de aanvang van het BRV proces om een nieuw ruimtelijk beleid op te stellen voor Vlaanderen, sprak men over co-productie. Ook op lokale schaal wordt deze vorm van participatie steeds meer erkend als de norm.

**Communicatie en participatie bij projecten en beleidsbeslissingen** heeft dus grote stappen gezet en het belang om de burger te betrekken en inspraak reeds vroeg in het proces te organiseren wordt in Vlaanderen nu algemeen erkend. Er zijn dan ook verschillende gespecialiseerde bureaus ontstaan, zoals NDVR (Endeavour) en Common Ground, die zich focussen op procesontwerp en –begeleiding, participatie en communicatie van ruimtelijke projecten. Hun doel is een vlot proces verzekeren door de publieke steun voor het project te maximaliseren en de socioculturele waarde van het project te vergroten<sup>13</sup>. Terwijl NDVR zich meer in het architecturale vakgebied bevindt en zich qua communicatie 'beperkt' tot participatie en draagvlakcreatie, situeert Common Ground zich eerder binnen het communicatieve vakgebied, waarbij ze zich ook toespitsen op gebiedsmarketing, commercialisatie, corporate en project communicatie.

## 4.2. Strategische communicatie als aanvulling op participatie

### 4.2.1. NOOD AAN BREDE COMMUNICATIE EN SENSIBILISERING OP METROPOLITANE SCHAAL<sup>14</sup>

In Sydney, waar men bezorgd is om de uitdijende suburbane gordels rond de stad, tracht men ook verdichtingsstrategieën zoals TOD toe te passen. Men staat er al wat verder dan in Vlaanderen en heeft ondervonden dat **nieuwe ontwikkelingen gericht op verdichting vaak botsen op lokale oppositie in residentiële omgevingen**.<sup>15</sup> Ruming, een Australische onderzoeker gespecialiseerd in ruimtelijke planning en ruimtelijke beleidsvoering, heeft vervolgens onderzocht hoe de kennis en perceptie van het ruimtelijk beleid bij het brede publiek in Sydney – zowel op metropolitane schaal als op lokale schaal – bijdragen aan de oppositie tegen verdichting. Ruming concludeert uit dat onderzoek dat ruimtelijk beleid op metropolitane schaal gebaat zou zijn bij communicatie en sensibilisering op bredere schaal. Zo blijkt dat participatie goed functioneert op lokale schaal, maar dat er op metropolitane schaal naast participatie een nood blijft om breder te communiceren. Hij heeft namelijk gemerkt dat participatie er niet voldoende in slaagt om burgers adequaat te betrekken bij ruimtelijk beleid op metropolitane niveau. In wat volgt wordt zijn onderzoek kort uitgelegd.

Uit het onderzoek blijkt dat veel inwoners weinig bewust zijn van het ruimtelijk beleid op metropolitane schaal. Dit is een probleem, aldus Ruming, voor een vernieuwde strategische planning die zich vooral richt op publieke participatie. Het feit dat een significant deel van de inwoners niet bewust is van het ruimtelijk beleid, bewijst dat een groot deel van de bevolking niet gewillig is om deel te nemen aan het planproces of dat het planproces op metropolitane schaal niet voldoende betrokkenheid genereert. Het gebrek aan kennis van de metropolitane schaal duidt ook waarom betrokkenheid in een planproces vaak reactief is, men komt pas in contact met de planning wanneer die op lokale schaal terecht komt. Het onderzoek bevestigt zo het ‘typische’ beeld dat inwoners pas betrokken raken bij ruimtelijk beleid wanneer het dichterbij komt en dus ‘in hun achtertuin’ plaatsvindt. Er is gewoonweg te weinig betrokkenheid op metropolitane schaal. Volgens Ruming zit de uitdaging van publieke participatie op metropolitane schaal dan ook in het feit dat de grootschaligere visie in een strategisch plan vaak verder staat van de verwachtingen en ervaringen van de inwoners, die meer bekommerd zijn om de lokale schaal.



Figuur 4.3: een kritische cartoon over NIMBY

Verder definieert Ruming in het onderzoek een onderscheid in lokale oppositie tussen NIMBY (*Not In My Back Yard*) en NIABY (*Not In Anyone's Back Yard*). NIMBY – zoals reeds uitgelegd – is eerder protectionistisch van nature, men is dan wel vóór verdichting op metropolitane schaal, maar men wil dit niet in de eigen omgeving uit vrees voor een negatieve impact (financieel, esthetisch, ...). Bij NIABY daarentegen is men tegen verdichting op alle schalen. In Sidney bleek het aantal NIABY's zelfs groter dan het aantal NIMBY's, het is dus zeker een niet te onderschatten groep. Terwijl NIMBY kan aangepakt worden door adequate betrokkenheid aan de hand van communicatie en participatie op lokale schaal, vereist NIABY een aanpak waarin een bredere betrokkenheid gegenereerd moet worden, aldus Ruming. De metropolitane planningsvisie moet volgens Ruming meer verspreid worden zodanig oppositie te verminderen. Hij benadrukt wel dat meer of betere communicatie en participatie op de metropolitane schaal de oppositie op korte termijn kan vergroten doordat het brede publiek meer geïnformeerd wordt over het effectieve doel van de strategische planning. Maar dit is niet per se slecht, want deze aanpak zou mogelijks toekomstige lokale oppositie – die meestal speelt bij ontwikkelingen gericht op verdichting – net verminderen. Het conflict vindt dan namelijk plaats bij de fase van plancreatie in plaats van als reactie op een individuele ontwikkeling. De totale hoeveelheid van oppositie vermindert dus niet per se, maar wel het moment waarop de oppositie voorkomt. De beste uitkomst op de lange termijn wordt waarschijnlijk – aldus Ruming – gerealiseerd door het conflict op metropolitane schaal te vergroten, waardoor een groter draagvlak voor lange termijn strategische planning gegenereerd wordt en het toekomstig conflict op lokale schaal potentieel verkleind wordt.

Daarnaast wordt in het onderzoek de perceptie van de impact van verdichting bij de inwoners van Sidney nagegaan. Deze perceptie was bij alle inwoners zeer verschillend. Het onderzoek wijst uit dat de steun of oppositie voor verdichting afhankelijk is van de perceptie van de inwoners van zowel de negatieve impact als de potentiële voordelen van verdichting. Logischerwijze gingen inwoners die verdichting steunen, makkelijker akkoord met de potentiële voordelen, terwijl tegenstanders het moeilijker hadden met het aanvaarden van de voordelen en zich meer focusten op de mogelijke negatieve gevolgen. Ruming stelde vervolgens vast dat de potentiële voordelen wel voldoende aandacht kregen in communicatie over ruimtelijk beleid, maar dat men ook voldoende aandacht moest geven aan het veranderen van de perceptie van de negatieve gevolgen.

De voorgaande vaststellingen leiden ertoe dat Ruming uit het onderzoek concludeert dat adequate betrokkenheid van het publiek bij het metropolitane planningsstelsel in Sidney voorafgegaan moet worden door significant **promotioneel en educationeel werk zodanig het publiek te informeren over de waarde van strategische planning, van publieke betrokkenheid en van verdichting**. Want, zo concludeert hij, in een planningsstelsel gericht op publieke participatie zal succesvolle en productieve betrokkenheid met iemand die ideologisch tegen strategische planning en verdichting is, onwaarschijnlijk zijn. Om die reden is het noodzakelijk om voorbij lokale participatie te gaan – waarbij vaak lokale minderheidsgroepen centraal staan – en zich te richten op een breder, algemeen niet-opgeleid publiek (in termen van planning).

Natuurlijk is Sidney niet direct te vergelijken met Vlaanderen en is vergelijkbaar onderzoek voor Vlaanderen onbestaande. Toch kan men redeneren dat ook in Vlaanderen NIMBY's én NIABY's aanwezig zijn, dat men ook hier geen groot bewustzijn heeft over de Vlaamse, metropolitane schaal, dat ook hier het belang van publieke participatie in het planningsproces toeneemt, dat ook hier toenemende oppositie tegen verdichting in kernen is waar te nemen en dat bijgevolg vergelijkbare conclusies getrokken kunnen worden. Daarenboven is preventie steeds aangewezen boven remedie. Ruming legt alvast de **nood aan communicatie op metropolitane schaal** bloot. Participatie slaagt er onvoldoende in – althans in Sidney – om mensen op metropolitane schaal te betrekken, terwijl het wel nodig is dat mensen op een of andere manier betrokken worden op deze schaal. Hij beschrijft een nood aan “promotioneel en educationeel werk” om te “informeren”. De verhoogde focus op participatie en het lokale (project)niveau mag dus niet doen vergeten dat zuivere en adequate communicatie op metropolitane schaal ook belangrijk is. Het is plausibel om te veronderstellen dat ook in Vlaams ruimtelijk beleid betere communicatie en brede sensibilisering nodig is om ruimtelijk beleid te ondersteunen om een hoger ruimtelijk rendement te realiseren.

## 4.2.2. STRATEGISCHE COMMUNICATIE VS. PARTICIPATIEVE COMMUNICATIE

In de communicatie over duurzame ontwikkeling wordt een onderscheid gemaakt tussen twee communicatiestrategieën of methodologische scholen.<sup>16</sup> De eerste school hecht vooral belang aan het proces van participatie, *empowerment*, gelijkheid en democratisering, en wordt ook wel ‘**participatieve communicatie**’ genoemd. Dit is het soort communicatie die we herkennen in de hedendaagse planningsgebruiken in Vlaanderen. Termen als kennismanagement, kennisdelen en co-creatie worden er vaak gebruikt en stellen de rol van kennis en interactie centraal in het communicatieproces. De tweede methodologische school negeert deze concepten niet per se, maar gebruikt ze niet als startpunt. In de tweede school staat een bepaalde mentaliteits- en gedragsverandering centraal. Communicatie-campagnes worden daarbij gebruikt om mensen te sensibiliseren en kennis, houding of gedrag te beïnvloeden. Men noemt het ‘**strategische communicatie**’ – de communicatie heeft namelijk een specifieke intentie of doel – en wordt geassocieerd met ‘persuasieve communicatie’, omdat de school uitgaat van een bepaalde groep die overtuigd moet worden van iets. In deze school hecht men veel belang aan de socio-psychologische aspecten van communicatie. Ook marketingtechnieken kunnen gebruikt worden om ideeën te verkopen, bewustzijn te verhogen, kennis te vergroten en gedrag bij te sturen.

Ruimtelijk beleid in Vlaanderen wordt momenteel overheerst door het *buzz*-woord ‘participatie’, en de tweede methodologische school van strategische communicatie blijft veeleer links liggen. De focus in planning ligt op participatie, niet op sterke brede communicatie en overtuiging. Toch lijkt het relevant om in Vlaams ruimtelijk beleid te gaan inzetten op zo’n strategische communicatie: Ruming beschrijft in zijn onderzoek de nood aan “promotioneel en educationeel werk” voor de realisatie van ruimtelijk beleid op metropolitane schaal. Men moet volgens hem in ruimtelijke planning meer leren strategisch communiceren, sensibiliseren en mensen overtuigen, om het participatief ruimtelijk beleid net te versterken. Participatie op zich slaagt er namelijk onvoldoende in om mensen op metropolitane schaal te betrekken, terwijl ook op metropolitane schaal een brug met de bevolking geslagen moet worden. Men moet volgens Ruming het breed publiek informeren en overtuigen van de nood aan strategische planning, verdichting en publieke betrokkenheid. De burger moet op een brede schaal overtuigd worden van enkele concepten en op die manier moet meer draagvlak gecreëerd worden voor ruimtelijk beleid op metropolitane schaal.

Er moet kort nog iets gezegd worden over de **participatieladder**.<sup>17</sup> Op de participatieladder vormt informeren of louter communiceren de laagste trede van de ladder en betekent dus ook een minimale vorm van participatie. Daarbij wordt het publiek slechts ingelicht door de overheid, maar wordt men verder niet betrokken in de besluitvorming over beleid. Het moet echter duidelijk zijn dat de brede communicatie en sensibilisering die in deze thesis bedoeld wordt, participatie niet vervangt. Met andere woorden, men daalt dus niet af op de ladder van participatie. Hoewel het pleidooi voor de nood aan brede communicatie en sensibilisering lijkt te getuigen van een ik-weet-het-beter-als-planner-mentaliteit, moet het duidelijk zijn dat de communicatie in dit verhaal gezien wordt als een toegevoegde waarde voor een participatief planproces en dat het geen terugkeer betekent naar een technocratisch planproces waarbij de planner zijn visie probeert door te duwen of te ‘verkopen’ aan het brede publiek. Participatie blijft dus steeds belangrijk, ook op metropolitane schaal moet men het mogelijk maken dat mensen inspraak kunnen hebben in ruimtelijk beleid. De rol van de communicatie en sensibilisering is net om meer mensen te enthousiasmeren over ruimte en duurzaamheid, zodat meer mensen begaan worden met de ruimte en ook meer deelnemen aan participatie in ruimtelijk beleid, zowel op metropolitane als lokaal niveau. De kracht van communicatie en sensibilisering erkennen is dus geen ontkenning van participatie. Het is eerder een oproep om het nut van strategische communicatie in te zien en te integreren in ruimtelijk beleid.

## 4.3. Conclusie

In de vorige hoofdstukken bleek er een discrepantie te zijn tussen de toekomst van ruimtelijk beleid en het draagvlak daarvoor bij de burger. In dit hoofdstuk werd bekeken hoe ruimtelijk beleid momenteel de brug probeert te slaan naar de burger. In toenemende mate ligt de nadruk daarbij op participatieve planprocessen. Dat is een positieve evolutie, maar het moet genuanceerd worden. In Australië ondervond men dat op metropolitane niveau participatie ontoereikend is. Ontwikkelingen gericht op verdichting stootten stevast op oppositie van burgers. Er is dus nood aan meer communicatie om de burgers in te lichten over het nut van de ruimtelijke plannen op metropolitane schaal. Ruimtelijk beleid op metropolitane niveau moet daarom naast participatie aangevuld worden door significant promotioneel en educationeel werk. Om het lange termijn draagvlak voor ruimtelijk beleid te vergroten en lokale oppositie in de toekomst te verminderen moet men op metropolitane schaal inzetten op strategische communicatie en het overtuigen van mensen over de nood aan strategische planning, verdichting en publieke betrokkenheid.

Het is plausibel te veronderstellen dat eenzelfde redenering op gaat voor ruimtelijk beleid op Vlaams niveau. Ook in Vlaanderen ambieert men verdichting voor een metropolitane regio en stoten vormen van verdichting nu al geregeld op oppositie. Om die reden kan het ook hier noodzakelijk zijn om in te zetten op strategische communicatie en sensibilisering van de burger. Deze kwestie zal verder onderzocht worden in deze thesis. In het eerste onderzoeksluik zal kort worden geschetst wie er allemaal communiceert naar de burger omtrent ruimte, zodoende een breder kader te scheppen van de verschillende spelers die de burger beïnvloeden. In het tweede onderzoeksluik zal de volgende vraag centraal staan: “Is brede communicatie en sensibilisering van de individuele burger effectief om het draagvlak voor ruimtelijk rendement te versterken en dus om ruimtelijk beleid te realiseren?”. In het laatste onderzoeksluik wordt concreet bekeken hoe men dan beter kan gaan communiceren over ruimtelijk rendement.

Het geloof in brede communicatie en sensibilisering is misschien waardegekleurd, maar het lijkt duidelijk dat ruimtelijk beleid in Vlaanderen sterker uit de hoek moet komen. Deze thesis probeert aan te geven waarom strategische communicatie een mogelijk antwoord kan zijn op de uitdagingen en toont vervolgens hoe men beter kan gaan communiceren over ruimtelijk beleid om de Vlaming meer te betrekken en te overtuigen van het verhaal van ruimtelijk rendement.



- 
- <sup>1</sup> Nigel Taylor, *Urban Planning Theory since 1945*, Repr. (London: Sage, 1999); Maarten A. Hajer e.a., *Sterke verhalen: hoe Nederland de planologie opnieuw uitvindt* (Rotterdam: 010 Publishers, 2010).
- <sup>2</sup> Hajer e.a., *Sterke verhalen*; Triest en Vandaele, "Verhaal zkt. Vertellers".
- <sup>3</sup> Lauren Walsler, "A Tale of Two Planners: Jane Jacobs vs. Robert Moses", 14 april 2016, <https://savingplaces.org/stories/a-tale-of-two-planners-jane-jacobs-and-robert-moses>.
- <sup>4</sup> John Vandaele, "Politici, zet ramen en deuren open voor je burgers!", *MO\**, geraadpleegd 19 mei 2017, <http://www.mo.be/interview/politici-zet-ramen-en-deuren-open-voor-je-burgers>.
- <sup>5</sup> Triest en Vandaele, "Verhaal zkt. Vertellers", 44.
- <sup>6</sup> Patsy Healey, "Planning through debate: the communicative turn in planning theory", *Town planning review* 63, nr. 2 (1992): 143, <http://online.liverpooluniversitypress.co.uk/doi/pdf/10.3828/tpr.63.2.422x602303814821>.
- <sup>7</sup> Jürgen Habermas, "The theory of communicative action, volume I", *Boston: Beacon*, 1984, [http://www.unm.edu/~rlwood/Richard\\_Wood/TEACHING\\_files/Soc514syl.Spring2009.final.pdf](http://www.unm.edu/~rlwood/Richard_Wood/TEACHING_files/Soc514syl.Spring2009.final.pdf).
- <sup>8</sup> Chantal Mouffe, "Deliberative Democracy or Agonistic Pluralism?", *Social Research* 66, nr. 3 (1999): 745.
- <sup>9</sup> Hajer e.a., *Sterke verhalen*.
- <sup>10</sup> Triest en Vandaele, "Verhaal zkt. Vertellers"; Departement RWO, "Ruimte voor morgen. Burgerparticipatie voor een groenboek beleidsplan ruimte".
- <sup>11</sup> Cathy Berx e.a., *Naar een snellere en betere besluitvorming over complexe projecten: verslag van de Commissie Investeringsprojecten* (Antwerpen: Provincie Antwerpen, 2010); Vlaams Parlement, "Voorstel van resolutie van de heren Johan Sauwens, Sas van Rouveroij, Bart Martens, Jan Peumans en Lode Vereeck, mevrouw Mieke Vogels en de heer Dirk de Kort betreffende aanbevelingen aangaande de versnelling van maatschappelijk belangrijke investeringsprojecten: Sneller door Beter" (2010), <https://www.vlaamsparlement.be/parlementaire-documenten/parlementaire-initiatieven/579407>.
- <sup>12</sup> Triest en Vandaele, "Verhaal zkt. Vertellers"; Departement RWO, "Ruimte voor morgen. Burgerparticipatie voor een groenboek beleidsplan ruimte".
- <sup>13</sup> *Common Ground*, geraadpleegd 28 december 2016, <http://www.common-ground.eu/>.
- <sup>14</sup> Kristian J. Ruming, "Urban consolidation, strategic planning and community opposition in Sydney, Australia: Unpacking policy knowledge and public perceptions", *Land Use Policy* 39 (juli 2014): 254–65, doi:10.1016/j.landusepol.2014.02.010.
- <sup>15</sup> Ibid.; Kristian Ruming, Donna Houston, en Marco Amati, "Multiple Suburban Publics: Rethinking Community Opposition to Consolidation in Sydney", *Geographical Research* 50, nr. 4 (1 november 2012): 421–35, doi:10.1111/j.1745-5871.2012.00751.x.
- <sup>16</sup> Jan Servaes en Rico Lie, "New challenges for communication for sustainable development and social change: a review essay", *Journal of Multicultural Discourses* 10, nr. 1 (2 januari 2015): 124–48, doi:10.1080/17447143.2014.982655.
- <sup>17</sup> Sherry R. Arnstein, "A ladder of citizen participation", *Journal of the American Institute of planners* 35, nr. 4 (1969): 216–224, <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01944366908977225>.



# Onderzoeks- methodologie



# Interviews

Om een helder inzicht te krijgen in de verschillende uitdagingen van communicatie in ruimtelijk beleid werd geopteerd voor kwalitatief, diepgaand onderzoek. Verschillende mensen uit het ruimtelijk planningsveld werden gedurende één à twee uur geïnterviewd. Op die manier werd de aanwezige kennis en ervaring van de respondenten aangeboord. Aan de hand van kritische vragen werden de verschillende visies en posities van de respondenten ten opzichte van de kwestie verkend. Het is dus exploratief onderzoek dat tot doel heeft problematieken bloot te leggen en mogelijke antwoorden op de uitdagingen te formuleren.

# 1. Respondenten

In **tien interviews** kwamen **twaalf verschillende respondenten** aan bod. De respondenten werden uitgenodigd per mail en wouden allen graag meewerken aan het onderzoek. Er waren twee dubbelinterviews: Wiet Vandaele met Karlien Stroeykens van de stad Leuven, en Koen Raeymaekers met An Rekkers van de Vlaamse Vereniging voor Ruimte en Planning (VRP). Beide dubbelinterviews werden spontaan voorgesteld door de respondenten.

De respondenten werden geselecteerd op basis van de **verschillende posities** die zij innemen in het veld van planning en architectuur. Deze posities komen overeen met de verschillende spelers zoals ze gedefinieerd worden in Hoofdstuk 5. Er zijn enkele respondenten die actief zijn bij de ‘overheid’, zowel op Vlaams niveau als op het niveau van de stad. Anderen werken bij ‘Vlaams Bouwmeester’. De meeste respondenten zijn actief als ‘ruimteprofessional’, maar variëren ook daarbinnen van werkzaam in een vakorganisatie zoals de VRP tot werken als planner aan de universiteit. Deze opdeling is niet strikt, sommige respondenten bevinden zich in meerdere posities tegelijk. Zo is Louis Albrechts ‘ruimteprofessional’, maar heeft hij wel intensief gewerkt aan het Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen van de ‘Vlaamse Overheid’. De opdeling is verder dan ook niet relevant, het duidt alleen de **verspreide positie** van de verschillende respondenten in het planningsveld.

De respondenten moesten daarnaast verschillen in de manier waarop ze materie uit planning en architectuur **naar buiten brengen**, de mediums die ze gebruiken. De **verschillende mediums** die de respondenten gebruiken: brede (sensibiliserings)campagnes, tijdschriften, publicaties, boeken, academische boeken, columns, media-interventies in kranten of op tv of radio, tentoonstellingen, lezingen, tijdelijke installaties en tijdelijke evenementen. Daarbij werd zo veel mogelijk gezocht naar respondenten die de link proberen te maken met een breder publiek.

In wat volgt worden de **verschillende respondenten gepresenteerd** in een volgorde gebaseerd op de voornaamste positie die de respondenten innemen in het veld. Elke respondent wordt beschreven in een noemer ‘**Wie is hij/zij?**’, waarin kort beschreven wordt welke achtergrond hij/zij heeft. Dit is belangrijk omdat niet alle respondenten over een achtergrond in planning of architectuur beschikken, zo heeft ongeveer de helft van alle respondenten geen opleiding binnen de sector gevolgd. In een tweede noemer ‘**Waar is hij/zij mee bezig?**’ worden de bezigheden van de respondent beschreven die relevant zijn voor dit onderzoek. Wat dus wilt zeggen: de activiteiten gericht op het bereiken van een (breder) publiek. Alle informatie werd gevonden in de interviews, op openbare LinkedIn-profielen en websites van de respectievelijke instanties.

# KARLIEN STROEYKENS

(Vlaamse) overheid // Stad Leuven



## WIE IS ZIJ?

Karlien Stroeykens studeerde architectuur en vervulde haar architectenstage. Daarna kwam ze in contact met het communicatievak. Ze ging aan het werk bij Platform wonen van Ouderen, waar ze beleidsvoorbereidend werk deed rond het wonen van ouderen en sensibiliseringscampagnes uitwerkte over levenslang wonen en woningaanpassing. Tegenwoordig werkt ze bij de stad Leuven waar ze actief is in de cel communicatie stadsvernieuwing.

## WAAR IS ZIJ MEE BEZIG?

Bij de stad Leuven werkt Karlien aan communicatie over stadsvernieuwingsprojecten in Leuven, ook aan de communicatie over ruimtelijke planningsprocessen, openbare werken, nieuwe gebouwen en mobiliteit draagt ze bij. De communicatiemiddelen die Karlien helpt opmaken reiken van het stadsvernieuwingsmagazine (Mozaïek) tot rondleidingen, tentoonstellingen, nieuwsbrieven, infovergaderingen, infomarkten, et cetera.

# WIET VANDAELE

Vlaamse overheid // tot voor kort: Departement Ruimte Vlaanderen, nu: Stad Leuven



## WIE IS HIJ?

Wiet Vandaele studeerde af als burgerlijk ingenieur-architect en volgde daarna een postgraduaat stedenbouw en ruimtelijke ordening. Nadien ging hij aan de slag als planner op het departement Ruimte Vlaanderen van de Vlaamse Overheid. Daar draaide hij mee in de afdeling juridische en beleidsontwikkeling (AJB), de afdeling die verantwoordelijk is voor de opmaak van het Beleidsplan Ruimte Vlaanderen.

## WAAR IS HIJ MEE BEZIG?

Wiet heeft de voorbereidingen van het Beleidsplan Ruimte Vlaanderen vanop de eerste rij kunnen volgen. In 2010 werkte hij al met een kleine groep mensen aan de rondetafel 'Groen Stedengewest' in het kader van Vlaanderen in Actie Pact 2020, waarmee de Vlaamse overheid verschillende doorbraken wou realiseren. Deze rondetafel was tevens het officiële startschot voor de herziening van het Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen. Daarop volgde het initiatief 'Ruimte voor Morgen' waar Wiet vooral meedacht over specifieke werkvormen van verschillende events in het kader van de campagne 'Ruimte voor Morgen'. Daarna was hij lid van het Ambtelijk Forum (toen genaamd 'Kernteam'), een groep van ambtenaren uit bijna alle departementen van de Vlaamse Overheid. Samen schreven zij in 2012 een eerste draft van het Groenboek BRV. Na de goedkeuring van het Groenboek werd Wiet verantwoordelijk voor de verder uitwerking van één van de grote inhoudelijke lijnen uit het Groenboek, namelijk de krachtlijn 'metropolitane allure'. Toen Ruimte Vlaanderen begon te werken aan verschillende gebiedsgerichte projecten of Territoriale Ontwikkelingsprogramma's (T.OPs) werd Wiet projectleider van het project T.OP Noordrand in Brussel. Recentelijk heeft hij Ruimte Vlaanderen verlaten en is hij werkzaam als afdelingshoofd van Ruimtelijk en Duurzaamheidsbeleid bij de Stad Leuven.



# PETER TRIEST

Vlaamse overheid // Departement Ruimte Vlaanderen



## WIE IS HIJ?

Peter Triest studeerde af in de audiovisuele kunsten en werkte een tijd lang als regisseur. Nadien behaalde hij ook een master in de geschiedenis. Peter heeft altijd een interesse gehad in stedenbouw en ruimtelijke ordening, zo schreef hij zijn thesis over de verkaveling in de jaren vijftig en zestig. Sinds 2004 is hij actief als communicatie adviseur bij het departement Ruimte Vlaanderen. Peter noemt zichzelf een “outsider die zich niet laat meesleuren in de leefwereld van planners” en probeert bewust een beetje buiten de planningssector te staan. Hij leest in zijn vrije tijd dan ook niet over planning. Sinds 2011 werkt Peter ook als zelfstandige filmmaker.

## WAAR IS HIJ MEE BEZIG?

Peter Triest ondersteunt de communicatie in beleidsdossiers van het departement Ruimte Vlaanderen van de Vlaamse Overheid en tracht in zijn werk het standpunt van het grote publiek in te nemen. Hij werkte onder andere mee aan de voorbereidingen van het nieuwe Beleidsplan Ruimte Vlaanderen en stond in 2011 aan het hoofd van de communicatie voor de campagne ‘Ruimte voor morgen’ in aanloop van het Beleidsplan Ruimte Vlaanderen. Deze campagne – gericht naar de brede bevolking - was zeer succesvol en won in 2012 zelfs de tweede prijs voor Overheidscommunicatie van Kortom. Tegenwoordig volgt Triest de gebiedsgerichte projecten T.OP Noordrand en T.OP Centraal Limburg op.

# AN REKKERS

Ruimteprofessional // Vlaamse Vereniging voor Ruimte en Planning



## WIE IS ZIJ?

An Rekkers behaalde een master in de Romaanse talen en volgde daarna een opleiding in de culturele studies. Ondanks haar initiële opleiding buiten de sector is An steeds met planning en open ruimte geconfronteerd geweest in haar jobs, waardoor ze naar eigen zeggen op een brede manier naar planning kijkt. An is eerst coördinator geweest voor Open Monumentendag bij Erfgoed Vlaanderen. Daarna was ze actief bij verschillende vzw's: eerst als coördinator bij Regionaal Landschap Zenne, Zuun & Zonieën en nadien als stafmedewerker bij Kanaalgidsen. Sinds 2011 werkt An ook als freelance redacteur en journalist. In 2013 maakte An de overstap naar de Vlaamse Vereniging voor Ruimte en Planning (VRP vzw), waar ze momenteel als directeur aan de slag is. An is bovendien bezig met een stedenbouwkundige opleiding aan de Vrije Universiteit Brussel.

## WAAR IS ZIJ MEE BEZIG?

Als directeur neemt An de leiding over de VRP, een ledenorganisatie van voornamelijk ruimtelijk planners en stedenbouwkundigen. De vereniging richt zich vooral op het creëren van een breed draagvlak voor kwaliteit en duurzaamheid binnen het vakgebied van ruimtelijke ordening en stedenbouw. Ze richten zich in de eerste plaats dus niet op een breed publiek, maar op professionelen die reeds gevormd zijn tot stedenbouwkundige of planoloog. De VRP probeert zijn doelpubliek te bereiken aan de hand van verschillende mediums: lezingen, debatten, colloquia en het eigen magazine RUIMTE.

# KOEN RAEYMAEKERS

Ruimteprofessional // Vlaamse Vereniging voor Ruimte en Planning



## WIE IS HIJ?

Ook Koen Raeymaekers is niet afkomstig uit de architectuur- of planningssector. Hij studeerde Germaanse filologie en noemt het brengen van boodschappen zijn *core business*. Koen werkte jarenlang in de communicatiesector. Hij werkte eerst als proeflezer, planner en studio coach en later als copywriter bij verschillende reclamebureaus. Sinds 2006 werkt Koen ook als freelance copywriter, waarbij hij vooral schrijft over cultureel erfgoed, sociale geschiedenis, architectuur en stedenbouw. In 2008 werd hij communicatie manager bij CityLabo/Antwerpen Averechts, waar hij verantwoordelijk was voor de externe communicatie en het realiseren van publicaties en tentoonstellingen. Sinds 2013 is Koen hoofdredacteur van het tijdschrift RUIMTE, uitgegeven door de VRP. Toen hij aankwam bij de VRP kende hij als communicatie-expert niets van de planningssector. Hij moest volledig terugvallen op de expertise van zijn collega's, maar kon daardoor wel als een ongeschreven blad en met frisse blik zijn taak als hoofdredacteur van RUIMTE opnemen.

## WAAR IS HIJ MEE BEZIG?

Alhoewel de VRP zich vooral richt tot het vakgebied, wil de vereniging met zijn driemaandelijks magazine RUIMTE eigenlijk iedereen bereiken met een interesse in ruimtelijke ordening en stedenbouw. Via het vaktijdschrift probeert de VRP ruimtelijke en stedenbouwkundige thema's op een toegankelijke manier aan te snijden. Koen ambieert expliciet om deze thema's ook naar een breder publiek te krijgen en tracht dit te verwezenlijken via het magazine.

# STEFAN DEVOLDERE

Vlaams Bouwmeester // Team Vlaams Bouwmeester



## WIE IS HIJ?

Stefan Devoldere studeerde af als burgerlijk ingenieur-architect aan de Universiteit Gent. Hij volgde daarna een postgraduaat stedenbouw en ruimtelijke ordening. Tegelijkertijd was hij actief als coördinator van vzw Stad & Architectuur in Leuven. In 2002 begon hij te werken bij de redactie van A+ en werd er in 2004 hoofdredacteur. Hij initieerde bij A+ verschillende samenwerkingen o.a. met Bozar om architectuurlezingen en tentoonstellingen te brengen in het Paleis voor Schone Kunsten en met Vlaams Bouwmeester voor een artikelreeks in A+. In 2011 maakte hij de overstap van A+ naar Vlaams Bouwmeester, waar hij aan de slag ging als adjunct en later waarnemend Vlaams Bouwmeester. Tegenwoordig is Stefan actief als voorzitter van het Stadsatelier Oostende.

## WAAR IS HIJ MEE BEZIG?

Devoldere is een actief figuur binnen de sector: hij schrijft regelmatig over architectuur en stedenbouw en is een veelgevraagd spreker en moderator bij lezingen en debatten over architectuur. Daarnaast is Devoldere curator geweest van verscheidene architectuurtentoonstellingen in binnen- en buitenland en droeg hij ook bij aan verschillende Belgische inzendingen voor de Internationale Architectuurtentoonstelling La Biennale di Venezia. Tijdens de zoektocht naar een nieuwe Vlaams Bouwmeester vanaf september 2015, fungeerde Devoldere niet meer als adjunct, maar als waarnemend Vlaams Bouwmeester. Hij had de leiding over het Team Vlaams Bouwmeester tot september 2016, wanneer de nieuwe Vlaams Bouwmeester de fakkel zou overnemen. Het interview vond ook plaats in deze periode. Het Team Vlaams Bouwmeester staat alvast in voor het nastreven van een kwaliteitsvolle ruimtelijke omgeving in Vlaanderen. Ze ondersteunen daarbij overheden op verschillende niveaus: zowel Vlaamse overheid als gemeentes. Omdat een kwaliteitsvolle leefomgeving niet alleen bepaald wordt door gebouwen zelf, maar ook door de positionering van gebouwen, houdt het Team Vlaams Bouwmeester zich dus ook bezig met ruimtelijke planning van het hogere schaalniveau. Ze komen vaak in contact met het departement Ruimte Vlaanderen. De Vlaams Bouwmeester richt zich vooral tot publieke opdrachtgevers, maar heeft ook een rol bij het bredere publiek: de Vlaams Bouwmeester wordt geacht aanwezig te zijn in het publiek debat als kenner en dient het debat te ondersteunen door complexe materie begrijpelijker te formuleren.

# LEO VAN BROECK

Vlaams Bouwmeester // Vlaams Bouwmeester + Bogdan & Van Broeck Architects



## WIE IS HIJ?

Leo Van Broeck studeerde burgerlijk ingenieur-architect aan de Katholieke Universiteit Leuven. Daar werkt hij sinds 1995 als ontwerpbegeleider en sinds 2006 als hoogleraar. In 1997 stichtte hij mee vzw Stad & Architectuur, een architectuurvereniging in Leuven die tracht een breed publiek te inspireren tot maatschappelijke betrokkenheid. Ook was hij betrokken bij de oprichting van het Vlaams Architectuurinstituut in 2001, dat eveneens de ambitie heeft het publiek attent te maken op het belang van een goed ontworpen leefomgeving. Hij bleef steeds actief als architect en richtte in 2007 samen met Oana Bogdan in Brussel het architectenbureau Bogdan & Van Broeck op. Sinds 2013 is hij ook voorzitter van de Koninklijke Federatie van de Architectenvereniging van België.<sup>1</sup> Sedert september 2016 is hij werkzaam als Vlaams Bouwmeester.

## WAAR IS HIJ MEE BEZIG?

Leo Van Broeck is met zijn bureau actief op diverse domeinen: ontwerp van architectuur, stedenbouw en publieke ruimte; masterplanning, haalbaarheidsstudies, beleidsadvies; stedelijkheid, densiteit, *landuse*, etc. Verder staat Van Broeck bekend als lezer, hij geeft talrijke lezingen voor zowel overheden (gemeenten, provincies, Ruimte Vlaanderen), als universiteiten en hogescholen. Steeds vaker geeft hij ook lezingen voor organisaties die zich meer richten op de gewone burger: culturele centra of verenigingen, communicatiebureaus die inspraak van de burger organiseren bij de opmaak van een nieuw gemeentelijk ruimtelijk structuurplan, et cetera. De lezingen zijn een professionele activiteit van zijn architectenbureau. Verder is Van Broeck regelmatig aanwezig in de populaire media: hij duikt op in krantenartikelen of in interventies op radio of televisie. Door zijn groot engagement en expertise omtrent ruimte en architectuur werd Leo Van Broeck door de Vlaamse Overheid in 2016 aangesteld tot nieuwe Vlaams Bouwmeester, waar hij sinds september 2016 dezelfde activiteiten verder zet als Vlaams Bouwmeester.

# LOUIS ALBRECHTS

Ruimteprofessional // Katholieke Universiteit Leuven



## WIE IS HIJ?

Louis Albrechts staat bekend als één van de grondleggers van het Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen. Zijn academische carrière startte hij met een licentiaat in de sociale wetenschappen, waar hij een speciale studie voor ontwikkelingslanden aan koppelde en daarna de overstap maakte naar de ruimtelijke planning met een licentiaat stedenbouw en ruimtelijke ordening. Vervolgens startte Albrechts in de jaren zeventig een doctoraat over strategische ruimtelijke planning aan de toenmalige faculteit Toegepaste Wetenschappen van de Katholieke Universiteit Leuven. Binnen die onderzoeksgroep bleef hij jarenlang werkzaam en dat werk resulteerde in de jaren 90 in het Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen, onder impuls van de toenmalige minister van Leefmilieu Theo Kelchtermans. Louis Albrechts is ondertussen professor emeritus Ruimtelijke Ordening binnen het departement Architectuur aan de Katholieke Universiteit Leuven en is nog steeds betrokken bij internationale onderzoeksgroepen over ruimtelijke ordening.

## WAAR IS HIJ MEE BEZIG?

Als één van de voortrekkers van het Ruimtelijke Structuurplan Vlaanderen (RSV) heeft Louis Albrechts enorm veel ervaring met het brengen van complexe, ruimtelijke problematieken naar een breed publiek. De democratiseringsbeweging in de jaren 1960 zorgde voor het eerst dat de betrokkenheid van de burger belangrijker werd en dat de planner niet langer enkel kon vertrouwen op de eigen technische kennis en rationaliteit. De kennis van de burgers kreeg een plaats in het ruimtelijk planningsproces. Bovendien geloofden Louis Albrechts en zijn collega's heel sterk dat ze een draagvlak bij de gewone bevolking nodig hadden om het traditionele ruimtelijke gedrag bij te sturen. In het kader van het RSV werd dan ook voor de eerste keer een grootschalige inspraakmoment georganiseerd gericht op de brede bevolking. Louis Albrechts en zijn collega's gingen vier jaar lang “den boer op” om te praten met mensen, om zaken uit te leggen en te concretiseren, maar ook om te luisteren naar wat de mensen te zeggen hadden. Al deze zaken werden meegenomen in het RSV via een groot inspraakrapport. Op die manier probeerden zij een breed draagvlak te creëren voor het RSV. Louis Albrechts vormt een belangrijke bron van ervaring en kennis door zijn bijdrage aan het RSV.

# OSWALD DEVISCH

Ruimteprofessional // Universiteit Hasselt



## WIE IS HIJ?

Oswald Devisch is burgerlijk ingenieur-architect en stedenbouwkundige van opleiding. Hij is geen planner of architect in praktijk, maar is werkzaam in de academische wereld. Na zijn opleiding is hij een doctoraat gestart aan de TU Eindhoven rond ruimtelijke simulatiemodellen en sinds 2006 is hij actief als docent stedenbouw en onderzoeker aan de Universiteit Hasselt. Hij beschouwt zichzelf als een randfiguur en is naar eigen zeggen de planningswereld van wetgeving tot beleidsvoering langzaam aan het verkennen. Daarnaast engageert Oswald zich ook bij de Vlaamse Vereniging voor Ruimte en Planning, is hij actief bij een gecero (gemeentelijke commissie ruimtelijke ordening) en bij de kwaliteitskamer van Lommel.

## WAAR IS HIJ MEE BEZIG?

Als onderzoeker is hij deel van de onderzoeksgroep ArcK van de faculteit Architectuur en Kunst aan de Universiteit Hasselt en in zijn onderzoek waagt hij zich aan thema's als spontane ruimtelijke transformatieprocessen, participatie, ruimtelijke capaciteitsopbouw, urban games en nieuwe media. Het onderzoek van Oswald en zijn collega's leidde recent tot de tentoonstelling Verkavelingsverhalen die hij cureerde.

# JORG DE VRIESE

Ruimteprofessional // City3



## WIE IS HIJ?

Jorg De Vriese is een van de respondenten die geen klassieke architectuuropleiding heeft gevolgd. Jorg studeerde geschiedenis en politieke wetenschappen en behaalde vervolgens een master in de stedenbouw. Jorg beschouwt zichzelf dan ook als een stedenbouwkundige uit de “zachtere sector”. Professioneel heeft hij vooral rond stedenbouw en architectuur gewerkt vanuit een culturele benadering, zo heeft hij gewerkt voor het Vlaams Architectuur Instituut.

## WAAR IS HIJ MEE BEZIG?

In 2013 heeft Jorg met een aantal anderen de organisatie City3 opgestart, waarmee zij activiteiten proberen te organiseren in de Brusselse context om er te wegen op het stedenbouwkundig en architecturaal debat. Ze beschrijven zichzelf als een “doetank” die mensen samen brengt die een “essentiële en geëngageerde bijdrage willen leveren aan het debat over de vormgeving en inrichting van de leefomgeving”. Ze proberen een stedenbouwkundig verhaal te brengen op een atypische manier: niet aan de hand van bestemmingsplannen of bouwprojecten, maar aan de hand van het culturele of artistieke project, nl. workshops, interventies en installaties in de publieke ruimte, ontwerp ateliers, lezingen en debatten. Het realiseren van een mentaliteitswijziging bij de doorsneeburger is een achterliggende ambitie. Niet elk project is dus gericht op het betrekken van de doorsneeburger: de artistieke kwaliteit van het project, het doelpubliek en het format varieert per project. City3 organiseert o.a. Periferia Festival. Dit festival is één van de projecten waar City3 wél inzet op het bereiken en betrekken van een breder publiek.



# FILIP CANFYN

Ruimteprofessional // Auteur & columnist – [www.architectura.be/nl/dossiers/steen-en-been](http://www.architectura.be/nl/dossiers/steen-en-been)



## WIE IS HIJ?

Filip Canfyn – afgestudeerd als burgerlijk ingenieur-architect – heeft verschillende kanten van de planningssector gezien. Hij werkte eerst als architect-vennoot bij SUM (toen genaamd ‘Groep Planning’), waarna hij vier jaar bij een aannemer werkte. Daarna maakte hij de overstap naar de projectontwikkeling: eerst bij IBC-Heijmans Vastgoed en later als directeur projectontwikkeling bij Vooruitzicht, waar hij in contact komt met architecten als bOb Van Reeth, Jo Crépain, Poponcini & Lootens, Secchi & Vigano, etc. Nadien werkte hij zes jaar voor de stad Kortrijk als directeur Stadsplanning en –Ontwikkeling. Daar ziet hij een andere kant van planning en architectuur: de onderlaag, de “barre huisvesting”. Daarnaast was hij ook enkele jaren actief als onafhankelijke expert voor de Vlaamse Regering in de Vlaamse Woonraad. Tegenwoordig werkt Filip bij het Katholiek Onderwijs Vlaanderen waar hij het proces ‘Scholen van Morgen’ ondersteunt.<sup>2</sup>

## WAAR IS HIJ MEE BEZIG?

Filip heeft “dertig jaar middenin de sector gelopen”, maar beschouwt zichzelf nu als een randfiguur. Hij is tegenwoordig minder actief betrokken, maar zijn jarenlange ervaring met architectuur en ruimtelijke planning heeft zich wel vertaald in een sterke mening over de sector. Hij probeert deze mening dan ook zo veel mogelijk ongezoeten voort te brengen. Filip wil graag een breder publiek bereiken, niet vanuit een missionarisgedachte, maar vanuit een bezorgdheid omtrent de uitdagingen in Vlaanderen. Zo heeft hij sinds 2011 verschillende boeken gepubliceerd waarin hij de sector bekritiseert en adviseert. Hij houdt ook geregeld lezingen, vervult doceroprodrachten en publiceert in vaktijdschriften en kranten. Daarnaast kruipt Filip tweewekelijks in zijn pen voor zijn column ‘Steen & been’ op [architectura.be](http://architectura.be), waarin hij actuele thema’s rond ruimte, architectuur en stedenbouw onderwerpt aan zijn kritische blik.

# JOERI DE BRUYN

Overige spelers // Uitgeverij Public Space



## WIE IS HIJ?

Joeri De Bruyn studeerde af als filosoof en raakte “per ongeluk” verzeild in architectuur toen hij na zijn opleiding bij A+ aan de slag ging. Daar werkte hij tot 2008 als redacteur en leerde er de architectuur- en planningssector kennen. Sinds 2008 is hij actief als zelfstandige door boeken te maken voor uitgeverijen of overheden. Omdat hij boeken creëerde van concept tot druk tot promotie, besloot hij er ook zijn eigen logo op te kleven, zo geschiedde zijn eigen uitgeverij Public Space.

## WAAR IS HIJ MEE BEZIG?

Public Space is een uitgeverij en productiehuis voor publicaties, tentoonstellingen en interdisciplinair onderzoek over stad, landschap en maatschappij. Joeri heeft de ambitie kwesties van architectuur en stedenbouw te brengen op een manier dat een breed publiek het kan begrijpen. Daarbij streeft hij altijd naar een synergie tussen academische relevantie en het aanspreken van een zo breed mogelijk publiek. Hij creëert publicaties en tentoonstellingen die interessant zijn, maar ook begrijpelijk, zonder te populariseren. Bij Public Space komen klanten die iets anders willen proberen, mensen die geïnteresseerd zijn om een boek op een andere manier te maken en op een andere manier te verspreiden, klanten die niet terecht kunnen bij de klassieke uitgeverij.

## 2. Vragenlijst

De vragenlijst en interviews werden voorbereid met behulp van het hoofdstuk 'interviewen' uit het handboek over kwalitatieve onderzoeksmethoden<sup>3</sup>. Binnen het kader van kwalitatief, diepgaand onderzoek werd gekozen voor een vragenlijst die niet gestandaardiseerd was. Bovendien werd na mijn eerste interview met Jorg De Vriese aangeraden om meer te vertrekken vanuit het standpunt van de respondent, omdat het eenvoudiger zou zijn om vanuit eigen ervaring te praten en op die manier de relatie te leggen met complexere kwesties van een hoger schaalniveau. Bijgevolg werd na het eerste interview de vragenlijst sterk aangepast aan elke respondent zodanig een vlot en interessant gesprek te kunnen verzekeren. Bovendien evolueerde de vragenlijst met inzichten die werden opgebouwd doorheen de interviews. Vragen die niet goed werkten werden achterwege gelaten, andere vragen veranderden van vorm en ook de volgorde van vragen veranderde doorheen de interviews. Dit vermoelijkte het vergelijken van de interviews, maar er werd wel meer interessante informatie verzameld. Bovendien nam de interviewer bewust bepaalde standpunten in om de respondenten te kunnen *triggeren*. Het interview manifesteerde zich dus eerder als een gesprek dan een standaard interview.

Aan het begin van elk interview werd steeds herhaald wat het doel van het interview was en werden enkele formaliteiten opnieuw duidelijk gemaakt (akkoord over beperkte anonimiteit, opname via audio-recorder). Vervolgens werden de respondenten geconfronteerd met een vijftiental hoofdvragen. Elke respondent raakte op die manier ongeveer dezelfde thema's aan. Er werd getracht elke respondent minstens dezelfde vijftien hoofdvragen te stellen, maar er moet geconcludeerd worden dat niet elke vraag aanbod kwam in elk interview omwille van beperkte relevantie, tijdsgebrek of omdat deze vraag reeds beantwoord werd bij een andere vraag in het interview. Op elke hoofdvraag werd dieper ingegaan naargelang het antwoord van de respondent. In wat volgt wordt een kort overzicht gegeven van de vijftien hoofdvragen en bijhorende deelvragen. De hoofdvragen bevinden zich hier in hun standaardvorm, deze werden dus soms sterk aangepast door deze te relateren aan activiteiten van de respondent. De volledige vragenlijsten, voorbereid per respondent, zijn te vinden in de digitale bijlage.

Het interview werd geopend door een vraag over de respondent:

1. Hoe zou u uw eigen positie in de planningswereld beschrijven?

Vervolgens werd enkele inleidende vragen gesteld over de problematiek:

2. Voor mij is er een kloof tussen de dynamiek en de innovatie in de professionele wereld (planners, academici) en wat er bij de bevolking leeft. Bent u het hiermee eens?
  - Indien ja, hebt u een verklaring voor die kloof?
  - Indien ja, is het noodzakelijk om kloof te overbruggen?
3. Hoe ziet u de rol van architecten of planners?
  - Vormen zij een sleutelfiguur in het organiseren van meer communicatie?
  - Slagen architecten en planners er wel voldoende in een breed publiek te bereiken?

Daarna werd het medium besproken waarmee de respondent een publiek probeert te bereiken. In sommige gevallen was dit meer dan één medium, in dat geval werd ook kort een tweede medium besproken. Bijvoorbeeld in het geval van Joeri De Bruyne, die voornamelijk publicaties maakt, werd daarnaast ook kort het medium tentoonstellingen besproken.

4. Wat probeert u te bereiken met dit medium? Wat is uw 'agenda'?
  - Welk publiek probeert u te bereiken met dit medium en waarom?
  - Probeert u ook de brede bevolking aan te spreken? Waarom wel of niet?
  - Slaagt u erin gewenst publiek te bereiken?
  - Bent u tevreden met de impact van uw medium?
  - Waarom richt u zich vooral tot dit medium? Zijn er voordelen of nadelen aan dit soort medium verbonden?
  - Is er voldoende interesse voor uw activiteiten? Ook van de man van de straat?
  - Vindt u het moeilijk om voldoende relevantie te vinden om de brede bevolking, de gewone man aan te spreken?
  - Is het moeilijk om uw activiteiten georganiseerd of gefinancierd te krijgen?
  - Hoe zou u met uw ervaring proberen om nog een breder publiek te bereiken?
  - Zijn er nog andere manieren waarop u aan bewustmaking probeert te doen?

Na het bespreken van het eigen medium werd teruggeschakeld naar de algemene problematiek en werd deze problematiek verder uitgediept.

5. Is er vandaag volgens u voldoende communicatie tot bij een breed publiek over de (noodzaak aan) ruimtelijke transformatie van verkavelingsvlaanderen?
  - Is de sector van architectuur- en planning te gesloten?
  - Gaat er te veel aandacht naar de stad (stadsvernieuwingsprojecten, labo xx) en nog te weinig naar de verkavelingsproblematiek?
  - Wat is de rol van de pers in de communicatie rond architectuur en planning?
  - Wat is de rol van nieuwe middelen zoals sociale media?
6. Er zijn campagnes voor soa's, bob, etc., campagnes die proberen de bevolking bewust te maken van zaken die maatschappelijk relevant zijn. Er was wat betreft de ruimtelijke problematiek wel de campagne van Ruimte voor Morgen, deze campagne hield ook een deel informeren en bewust maken in, maar dit is niet echt een bewustmakingscampagne zoals voor soa's of bob. Buiten die campagne zijn er weinig initiatieven om een breed publiek bewust te maken over het belang van een goed georganiseerde ruimte. Waarom zouden er niet regelmatig bewustmakingscampagnes over ruimtelijke ordening georganiseerd worden of überhaupt bestaan?

- Zou een bewustmakingscampagne bij een breed publiek relevant zijn?
  - Indien ja, waarover zouden we moeten sensibiliseren?
  - Er is al een trendbreuk in gang gezet, moeten we daar niet volop mee op inspelen op schaal van Vlaanderen?
  - Moeten we eerder via participatieve processen aan de hand van een bottom-up aanpak een breder publiek bewust gaan maken over het belang van ruimte?
7. In kleinere, meer lokale projecten is het misschien eenvoudiger om relevantie te vinden bij een breed publiek omdat het hun directe leefomgeving aangaat. Dit wordt moeilijker als je op Vlaams niveau gaat werken en wilt communiceren over de toekomst van Vlaanderen, de materie wordt abstracter. Slagen we er te weinig in om de ruimtelijke ordening op Vlaams niveau relevant te maken voor iedereen?
8. Zijn er campagnes / onderzoeken / tentoonstellingen / lezingen / publicaties / etc. geweest rond het belang van ruimte die er volgens u wel in geslaagd zijn om een impact te hebben op het debat of een publiek te hebben bereikt? Waarom?

Daarna volgden enkele vragen over beelden in de architectuur- en planningssector. De respondenten werden geconfronteerd met twee A3's waarop enkele beelden tentoongesteld waren (zie volgende pagina). Het zijn bijna allemaal bekende beelden uit de sector die bovendien iets te maken hebben met verkavelingsvlaanderen of wonen in de kern. Bovendien werden deze beelden uitgekozen omwille van de verschillende soorten beeldtaal die erin gebruikt werden.

9. Welke lessen zou u trekken uit dit beeldmateriaal? (bereik publiek, verbeeldend)
10. Moeten we eerlijk zijn in de beelden van de toekomst? Als we kijken naar starchitects en hun dromerige renders, dat werkt wel om de mensen warm te doen maken voor zulke gebouwen. Kunnen we een gelijkaardige tactiek gebruiken in de ruimtelijke ordening?
11. Moeten meer toekomstbeelden over de ruimtelijke transformatie verschijnen?

De verschillende beelden betreffen: het syntheseplan van het Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen, het syntheseplan uit After-sprawl van Xaveer De Geyter, enkele voorbeeldpagina's uit het Groenboek Beleidsplan Ruimte Vlaanderen, een beeld uit de lezing van Leo Van Broeck, de covers van de publicaties Pilotprojecten Wonen fase 1 en fase 2 van Vlaams Bouwmeester, de collages uit het rapport Maak Plaats! van Provincie Noord Holland, enkele screenshots uit de video Flemish Metropolitan Dream van PosAD, de campagneposters van Ruimte Voor Morgen, de beelden uit Ambition of the Territory van collectief AWJGGRAUaDVVTAT en de collages uit de tentoonstelling Verkavelingsverhalen (in volgorde per A3 eerst van boven naar onder en dan van links naar rechts).



De volgende drie vragen dienden ter conclusie van het interview:

12. Wat zijn de voorwaarden om tot meer communicatie over te gaan? (Politieke durf, politieke wil, eensgezindheid, geld, media *coverage*, creativiteit, verbeelding,...)
13. Welke actoren, organisaties moeten de leiding nemen in het organiseren van meer communicatie naar de bevolking toe? (Overheid, middenveld zoals vroeger, Architectural Workroom Brussels, Vlaams Bouwmeester, iedereen, ... )
14. Wie lijkt u geschikt om sensibiliseringscampagnes te maken? (Reclamebureaus, stedenbouwkundigen, combinatie van beiden, overheid, ...)

Ter afsluiting van het interview werden steeds volgende drie vragen gesteld:

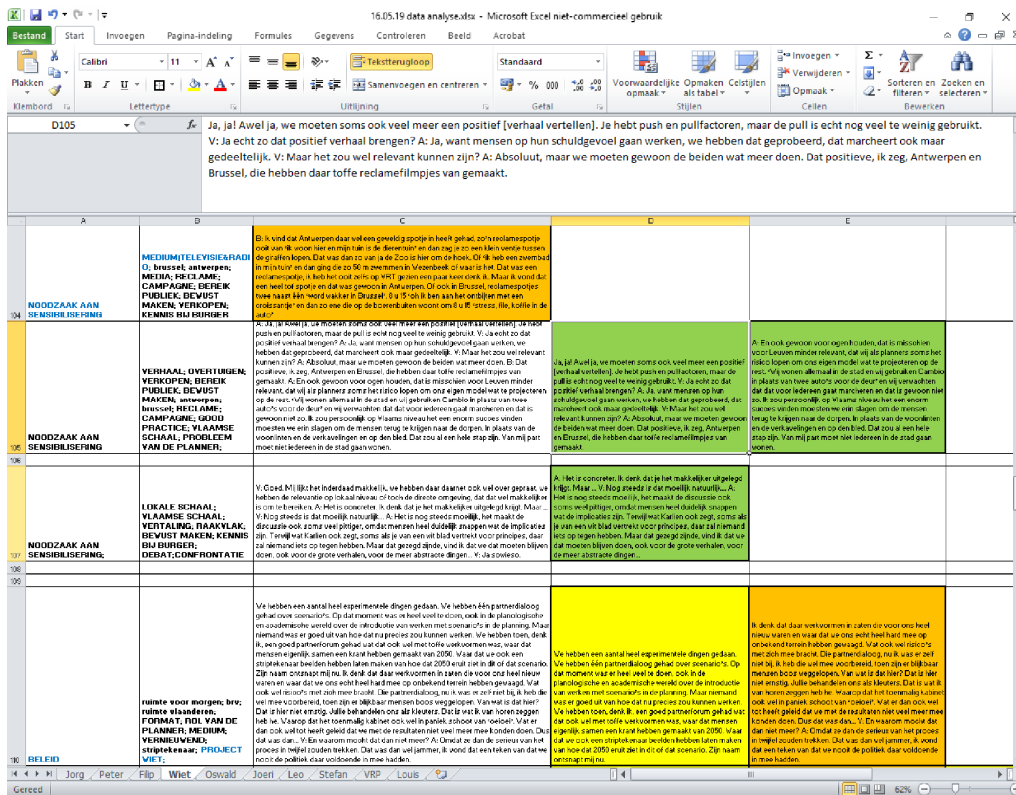
- Heeft u nog iets toe te voegen aan het interview?
- Wat vond u van het interview?
- Wie zou u mij nog aanraden om te interviewen?

Voorgaande vragenlijst moest enerzijds verzekeren een dieper inzicht te genereren in de problematiek van communicatie omtrent ruimte vandaag en anderzijds ook aanreiken hoe deze problematiek in de toekomst kan aangepakt worden. Door per respondent een bepaald medium te bespreken werd meer inzicht verschaft in hoe elk van die mediums een breed publiek probeert te bereiken.

# 3. Verwerking

Elk interview werd na toestemming van de respondent opgenomen met een audio-recorder. Meteen na elk interview werden de hoofdlijnen uit het interview en enkele indrukken van de intervieweer neergeschreven in een korte samenvatting. Aan de hand van de geluidsopnames werd elk interview volledig getranscribeerd. Dit resulteerde in ruwweg 200 pagina's onverwerkt materiaal. Samenvattingen en transcripten kunnen gevonden worden in de digitale bijlage.

De uitgeschreven interviews werden vervolgens geanalyseerd aan de hand van Microsoft Excel. Aan de hand van codes en kleuren werd de informatie gestructureerd. Dit was een lang en intensief proces, omdat er enorm veel informatie verkregen werd uit de interviews. Vervolgens werden de beste citaten behouden om de tekst te ondersteunen, de overige informatie werd verwerkt in het onderzoek.





## 4. Beperkingen van het onderzoek

Terugkijkend op het onderzoek zou het waardevol geweest zijn om mensen van Architectural Workroom Brussels (AWB) te interviewen. Zij werden bovendien door bijna elke respondent aangeraden om ook te interviewen. AWB is een bijzondere aanwezigheid in het veld en als voortrekkers van het Platform Architectuurcultuur staan zij ook in voor het verspreiden van het gedachtegoed dat architectuur een belangrijke vakgebied is voor de maatschappij. Echter na verscheidene onbeantwoorde mails heb ik besloten AWB achterwege te laten en het bij de tien respondenten te houden die wel al bevestigd hadden voor een interview. Bovendien zijn tien interviews meer dan voldoende voor dit soort onderzoek. Hetzelfde geldt voor Christophe Grafe van het Vlaams Architectuur Instituut (VAI), die ook door enkele respondenten werd aangeraden. Het VAI heeft expliciet de taak om architectuur naar een breed publiek te brengen. Zo organiseren ze onder andere een jaarlijkse Dag van de Architectuur en geven ze jaarlijks een Architectuurboek Vlaanderen uit. Beiden (AWB en VAI) zouden een zeer waardevolle toevoeging kunnen geweest zijn voor het onderzoek.

Ook andere veel vernoemde organisaties zoals Ringland, NDVR of Common Ground zouden interessante gesprekspartners geweest kunnen zijn, want deze organisaties zijn op vernieuwende manieren aan het zoeken naar manieren om een breed publiek te betrekken in ruimtelijke planprocessen. De tijd en mogelijkheden voor dit onderzoek waren echter beperkt om extra interviews in te kunnen plannen. Bovendien heb ik met de tien afgelegde interviews meer dan voldoende informatie kunnen verzamelen. Waarbij ik eigenlijk moet concluderen dat tien interviews misschien al te veel was, maar dat ik daardoor wel een breed inzicht heb kunnen genereren in de verschillende mediums die gehanteerd worden om de materie naar buiten te brengen.

Andere respondenten die overwogen werden, waren minister Schauvliege en journalist Bart Eeckhout. Zij zouden vanuit een heel andere invalshoek de problematiek kunnen bespreken. Er werd echter besloten om de respondenten binnen het veld van planning en architectuur te houden, zodat het onderzoek een blik van binnenuit bleef.

Initieel werd expliciet aangeraden dat er contact moest gezocht worden met een communicatie-expert. Dit bleek echter overbodig aangezien ongeveer de helft van de respondenten uit de communicatiesector kwam, waarbij enkelen specifiek als communicatie-adviseur of copywriter tewerk gesteld zijn of waren. Bovendien hebben deze experts ook al ervaring in de planningssector, waardoor hun inzichten misschien zelfs waardevoller zijn dan iemand uit de communicatiesector die nog niets van de planningssector kent.

---

<sup>1</sup> "Brussels architect Leo Van Broeck aangesteld als Vlaams Bouwmeester", *Vlaams Bouwmeester*, 8 juli 2016, <http://www.vlaamsbouwmeester.be/nl/nieuws/brussels-architect-leo-van-broeck-aangesteld-als-vlaams-bouwmeester>.

<sup>2</sup> "Bio Filip Canfyn", geraadpleegd 16 augustus 2016, [www.edubuild.com/files/filip\\_canfyn\\_bio.pdf](http://www.edubuild.com/files/filip_canfyn_bio.pdf).

<sup>3</sup> Dimitri Mortelmans, *Handboek kwalitatieve onderzoeksmethoden* (Leuven: Acco, 2013).



# Door wie wordt er gecommuniceerd naar het brede publiek?

HOOFDSTUK 5  
SPELERS



# Hoofdstuk 5

## Spelers

**Inleiding.** Dit hoofdstuk brengt de bestaande communicatie in kaart aan de hand van de spelers. Het is een korte verkenning van wie er allemaal communiceert naar de burger omtrent ruimte, zodoende een breder kader te scheppen van de verschillende spelers die de 'niet-georganiseerde individuele burger' beïnvloeden. De volgende pagina toont het veld met de voornaamste spelers die communiceren naar de burger over ruimte. Het overzicht is geen poging de communicatie over ruimte alomvattend te beschrijven, het geeft louter een aanzet tot het bevattelijk maken van dit brede veld van spelers. Het is overigens ook geen categorische beschrijving. Eenzelfde persoon kan onder meerdere spelers vallen. Het overzicht toont alvast hoezeer de communicatie naar de burger versnipperd is. Na de overzichtstekening van de spelers volgt nog een korte beschrijving en reflectie per speler.





DEPARTEMENT  
RUIJTE VLAANDEREN  
Vlaanderen  
is ruimte

TEAM  
VLAAMS  
BOUWMEESTER

BWMSTR



Vlaamse overh  
PUBLIEK

AW  
ARCHITECTUURWIJZER

Z33  
Huis voor actuele kunst

Vlaams  
Bouwmeester  
PUBLIEK

Vlaams  
Architectuur  
instituut

deSingel

stad en  
architectuur

T  
S X  
K  
U

Vlaams  
Architectuur-  
instituut  
& regionale  
varianten  
CIVIELE

Niet-  
georganiseerd  
individuele burg

BO  
ZAR

OC  
UR

UNIVERSITEIT  
GENT

Ruimte-  
professionals  
CIVIELE

A+  
ARCHITECTURE IN BELGIUM



Universiteit  
Antwerpen

Media  
CIVIELE

ORDE VAN ARCHITECTEN  
VLAAMSE RAAD

vrp  
ruimte

KU LEUVEN

universiteit  
hasselt

DMorgen



aw  
Architecture Workroom  
Brussels  
b

archi  
tectura.be



vrt

MEDIAHUIS

Roulan  
Media



canvas

één

Knack

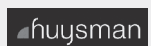


AGENTSCHAP  
BINNENLANDS  
BESTUUR

Vlaanderen  
is sterke steden



bostoen



BATIBOUW



Trein Tram Bus.be



de koepel van christelijke  
werknemersorganisaties

Marktpartijen

PRIVÉ



BOND  
BETER  
LEEFGED  
VOOR DE  
TOEKOMST  
MILIEU



Fietsersbond



netwerk  
duurzame  
mobiliteit

Middenveld-  
organisaties

CIVIELE



natuurpunt



BOERENBOND  
vrouw aan land - en tuinbouw



Gezinsbond

Burger-  
bewegingen

CIVIELE



RINGLAND



Raten,generaal.be



KVLV  
vrouwen  
met vaart



dS De  
Standaard



STRATEN  
VOL  
LEUVEN



Roularta  
Media Group



WE KOPEN  
SAMEN  
DEN OUDAAN



ik ga  
Bouwen  
& RENOVEREN



SBS  
SALES BELGIUM



Libelle



vtm



DE PERSGROEP  
PERSIE VOOR MEDIA



ademloos.be



nack

## **VLAAMSE OVERHEID**

De Vlaamse overheid bestaat uit verschillende beleidsdomeinen aangestuurd door ministers, kabinetten en ambtenaren. Het departement Ruimte Vlaanderen (nu Omgeving) is verantwoordelijk voor het Beleidsplan Ruimte Vlaanderen (BRV) en speelt een cruciale rol in het communiceren over dit beleidsplan en het thema ruimte. Minister Joke Schauvliege heeft daarbij een voorbeeldrol. De voornaamste communicatie van de Vlaamse overheid over de ruimte naar een breed publiek gebeurt via de media en dit gebeurt vaak niet op een goede manier (zie U-place, Essers, etc.). Er zijn bovendien geen gerichte communicatie-acties – geen traditie in communiceren zoals men kent in de gezondheidszorg, verkeersveiligheid, etc. Er werd reeds gesteld dat men in het kader van het BRV in 2011 eenmalig had uitgereikt naar het brede publiek via de campagne ‘Ruimte voor morgen’. Daarna werden in het kader van het BRV nog een Groenboek BRV en een Witboek BRV gepubliceerd, maar beiden kregen weinig publiciteit naar het brede publiek, wat jammer is, want de campagne ‘Ruimte voor morgen’ werd zeer goed onthaald, ook bij de respondenten. De overheid speelt zeker geen trekkende rol in de communicatie naar de burger omtrent ruimte.

## **VLAAMS BOUWMEESTER**

Vlaams Bouwmeester is een organisatie die als een quasi onafhankelijk orgaan optreedt binnen de Vlaamse overheid en de opdracht heeft de Vlaamse overheid te ondersteunen bij het nastreven van een kwaliteitsvolle ruimtelijke omgeving. De organisatie wordt geleid door dé Vlaams Bouwmeester, een positie die sinds september 2016 door Leo Van Broeck wordt bekleed. Vlaams Bouwmeester heeft verschillende manieren om te communiceren naar het publiek: het Atelier Bouwmeester in de Ravensteingalerij, het uitgeven van publicaties, het schrijven van artikels in vaktijdschriften zoals A+ en Ruimte en het communiceren via de media naar het breed publiek. Leo Van Broeck neemt deze laatste taak ter harte en verschijnt geregeld in de brede pers om toelichting of nuancering te geven rond actuele kwesties.

## **RUIMTEPROFESSIONALS**

Onder ruimteprofessionals vallen alle mensen die professioneel of geregeld met architectuur en planning bezig zijn. De meest voorname spelers zijn natuurlijk de vakorganisaties zoals de VRP, Orde van de architecten, etc. Maar ook alle academici, doctoraatstudenten, professors, etc. Natuurlijk ook niet te vergeten: de architectuur-, plannings- en ontwerp bureaus. De ruimteprofessionals zijn een zeer actieve groep. Ze produceren en publiceren veel. Ze praten echter ook veel voor eigen publiek. Architectuur en planning heeft het soms moeilijk om uit zijn sector te raken. Eén respondent spreekt over een “schutskring”, een andere zegt dat men “veel voor eigen kerk moet preken”. Er is wel evolutie in, men probeert wel om architectuur en planning breder te krijgen, bijvoorbeeld via artikels in de krant of reportages op Panorama of Koppen, etc..

## **VLAAMS ARCHITECTUURINSTITUUT & REGIONALE VARIANTEN**

Het Vlaams Architectuurinstituut en regionale varianten, zoals Ar-Tur, Architectuurwijzer, Z33 en Stad & Architectuur, trachten thema’s van architectuur en planning naar buiten te brengen. Men doet dit typisch via lezingen, debatten, tentoonstellingen, etc. Hoewel bezoekers waarschijnlijk al een architectuur liefhebbend publiek zullen zijn, zijn het toch waardevolle platforms om thema’s van architectuur en planning breder te krijgen. Het VAI heeft expliciet de intentie om thema’s van architectuur en planning naar een veel breder publiek te brengen en doet dat bijvoorbeeld via het organiseren van evenementen zoals Dag van de Architectuur (en dit jaar voor het eerst zelfs via een tiendaags Festival van de Architectuur). Net als ruimteprofessionals zal toch nog veel van de communicatie vooral voor eigen (vak)publiek zijn.

## **BURGERBEWEGINGEN**

Georganiseerde bewegingen, die van onderuit opkomen voor de ruimte, zijn een niet-te-ontkennen speler in het veld. Ringland, Ademloos en StRaten-Generaal hebben in Antwerpen aangetoond wat de kracht kan zijn van burgerbewegingen. Deze bewegingen blinken vaak uit in communicatie en zetten ook vaak actief in op sociale en online media om hun acties zo goed mogelijk te verspreiden. Hierin vervullen deze bewegingen zeker een voorbeeldrol. Hun *core-business* is dan ook het mobiliseren van zo veel mogelijk mensen.



## **MIDDENVELDORGANISATIES**

Hieronder vallen geïnstitutionaliseerde middenveldorganisaties zoals Bond Beter Leefmilieu, Natuurpunt, Fietsersbond, etc. Terwijl het middenveld in de jaren zestig en zeventig een belangrijke communicatierol had bij het brede publiek omtrent wonen en de inrichting van de ruimte (zoals Boerenbond, Boerinnenbond), zijn deze vandaag minder significant.

## **MEDIA**

De brede pers speelt natuurlijk een belangrijke rol in de communicatie naar een breed publiek. Zij fungeren vaak als doorgeefluik voor de andere spelers. Zij bepalen voor een stuk wat wel en niet terecht komt bij het breed publiek. Ook zij zetten zich tegenwoordig opvallend meer in voor duurzaamheid en leefmilieu. Zo heeft De Standaard de rubriek '2030 is nu' lopen, waarbij ze een jaar lang het onderwerp klimaat regelmatig aandacht geven.

## **MARKTPARTIJEN**

De markt (bouw- en ontwikkelingsmarkt) beïnvloedt eigenlijk de hele beeldvorming en beeldcultuur rond wonen sterk. Deze speler zet ook vaak in op sterke promotie van nieuwe projecten, daarmee dat zoveel van die beelden en kijkwoningen ons om de oren vliegen.

## **OVERIGE**

Er zijn verschillende gespecialiseerde bureaus ontstaan voor communicatie en participatie in ruimtelijke projecten, zoals NDVR (Endeavour) en Common Ground. Deze focussen zich op procesontwerp en – begeleiding, participatie en communicatie van ruimtelijke projecten. Ook Joeri De Bruyn speelt met zijn alternatieve uitgeverij Public Space een minder klassieke rol. Hij tracht met zijn boeken en tentoonstellingen steeds een verdere vertaalstap te maken naar een breder publiek in tegenstelling tot veel architectuur- en ontwerpbureaus die hun publicaties en tentoonstellingen vaak zelf maken en minder aandacht besteden aan de leesbaarheid en relevantie voor een breed publiek.



# Zin en onzin van sensibilisering?

HOOFDSTUK 6  
VISIE VAN DE RESPONDENTEN

HOOFDSTUK 7  
LESSEN UIT SOCIALE MARKETING



# Hoofdstuk 6

## Visie van de respondenten

**Inleiding.** Het toepassen van brede communicatie en sensibilisering om de Vlaming te overtuigen van ruimtelijk rendement is een controversiële kwestie en daarom werd deze kwestie ook voorgelegd aan de respondenten. De antwoorden van de respondenten zullen beschreven worden in twee thema's. Het eerste thema betreft de discussie of het überhaupt nodig is om meer in te zetten op de individuele burger om ruimtelijk beleid te realiseren. Daarna wordt besproken of brede communicatie en sensibilisering een geschikte manier is om op de burger in te spelen.

# 6.1. Inspelen op de individuele burger

## 6.1.1. INGRIJPEN OP INDIVIDUELE KEUZES EN WENSEN

Verschillende respondenten stellen dat in het ruimtelijk beleid meer ingezet moet worden op de individuele burger, **omdat ruimte steeds tot stand komt als het resultaat van individuele beslissingen**. Mensen kiezen waar ze wonen, waar ze een bedrijf uitbouwen, hoe ze zich verplaatsen, etc. Er is een nood om de keuzes en het gedrag van de individuele burger te gaan beïnvloeden. Zo verklaart een respondent: “Ergens wil je mensen hun individueel gedrag wel sturen, dat ze bepaalde dingen in vraag stellen, bijvoorbeeld korte verplaatsingen met een auto doen, moet dat?”<sup>1</sup> Een andere respondent bevestigt eveneens het belang van die individuele beslissingen, maar voegt nog een belangrijke nuance toe:

“Als ik zeg dat er veel meer verplaatsingen te voet of met de fiets mogen komen, kan je dat proberen in een RUP<sup>1</sup> te organiseren, maar uiteindelijk blijven het individuele beslissingen van iedereen. Jij kan ’s morgens beslissen ga ik met de bus, ga ik met de auto of ga je dus op een andere manier.”<sup>2</sup>

Met andere woorden, je kan zo veel mogelijk proberen om van bovenaf het aanbod te veranderen om een keuze ‘op te leggen’, het blijft steeds de keuze van het individu. Om de keuzes en het gedrag van het individu te gaan beïnvloeden is het dus niet alleen zaak om het aanbod te veranderen, **maar ook in te grijpen op de vraagzijde, namelijk de wensen van de individuele burger**. Verschillende respondenten beweren in dezelfde lijn dat het zaak blijft om het publiek mee te krijgen voor de realisatie van ruimtelijk beleid op het terrein. Met wetgeving en planning van bovenaf alleen komt men er niet, want er moeten mensen zijn die daarbinnen ook bereid zijn effectief te gaan realiseren wat het beleid wil doen. Ook Georges Allaert, professor aan de Universiteit Gent, liet recent in de krant blijken dat hij zich aansluit bij deze visie:

“De macht over onze ruimte ligt nog altijd bij de burgers. Zij moeten ervan overtuigd geraken dat het hen op lange termijn veel meer zal kosten om verspreid te wonen. Het zal niet opgelost zijn tegen 2040 maar we moeten er wel nú aan beginnen.”<sup>3</sup>

**De sleutel tot wezenlijke verandering ligt dus bij de individuele burger**. Er moet gewerkt worden aan een breed draagvlak en aan bewustmaking bij de individuele burger. “Want,” zo verklaart Stefan Devoldere, “zware radicale verandering van gedrag is iets dat niet evident is en dat eigenlijk alleen maar lukt als het voldoende publieke draagvlak heeft. Daar is dat veranderen van die publieke opinie daarover en bewustmakingsproces heel heel heel belangrijk.”<sup>4</sup> En dat gebeurt te weinig – aldus An Rekkers: “ik denk dat daar gewoon veel te weinig organisaties of geen organisaties mee bezig zijn”<sup>5</sup>. Het beleid zorgt dus best voor het stroomlijnen van de vraagzijde bij de burger, met de aanbodzijde gestimuleerd door datzelfde beleid, of zoals Leo Van Broeck het verwoordt:

“Je kan geen brug bouwen vanop één oever alleen, je moet ook op de andere oever beginnen.”<sup>6</sup>

---

<sup>1</sup> Een RUP of Ruimtelijk Uitvoeringsplan wordt in Vlaanderen gebruikt als planningsinstrument om de bestemming, inrichting en beheer van de ruimte vast te leggen. Door het vastleggen van een ruimtelijke plan in een RUP wordt het plan juridisch afdwingbaar (in tegenstelling tot een Ruimtelijke Structuurplan of RSP dat louter dient voor een toekomstvisie van de ruimte te formuleren en dus nooit juridisch afdwingbaar kan zijn).

Ingrijpende verandering kan niet alleen vanuit het beleid komen. **Er moet ook een draagvlak bij het brede publiek ontstaan**, zodat de verandering ook vanuit de individuele burger gewenst is. Er moeten bruggen gebouwd worden tussen burger en beleid, tussen vraag en aanbod, tussen heden en toekomst.

Cruciaal is meer aandacht te geven aan de vraagzijde. Verschillende Vlaamse experts maakten reeds dezelfde redenering. Zo redeneerden enkele onderzoekers van de Universiteit Gent in 2011<sup>7</sup> dat het RSV ontoereikend is geweest omwille van het aanbod-gestuurde beleid: men hoopte dat door het aanbieden van bouwmogelijkheden in stedelijke gebieden, de niet-stedelijke gebieden zouden gevrijwaard worden. Dit bleek niet voldoende om de toename van gezinnen in het buitengebied af te remmen, want de Vlaming kon en bleef naar hartenlust zijn droomwoning bouwen. Er was volgens de onderzoekers **een gebrek aan aandacht voor de vraag – voor de bewoners en hun woonwensen – in het planningsbeleid in Vlaanderen**. Ook Christophe Grafe, directeur van het VAI, verklaart op een gelijkaardige manier het té beperkte draagvlak voor duurzaamheid in zijn vlugschrift 'Dierbaar is duurzaam'. Er wordt al gesleuteld aan de kant van 'slimme productie', maar nog niet aan de kant van 'slimme consumptie' (zie Figuur 6.1). "Het falen van deze eenzijdige aanpak is de pijnlijke werkelijkheid waar we vandaag voor staan."<sup>8</sup> Er wordt vooral op de harde, technische aspecten gefocust en **de zachte, culturele kant wordt nog te veel achterwege gelaten**.

"De enige manier waarop deze aanpak succesvol kan zijn is indien structureel-technologische – productgerichte – maatregelen gecombineerd worden met en ondersteund worden door cultureel-gedragswijzigende maatregelen, een weloverwogen en uitgebalanceerde combinatie van slimme productie en slimme consumptie."<sup>9</sup>

Innovatie en creativiteit is dus niet wat lijkt te ontbreken, maar wél een grootschalig *commitment*, een diepgaander en sterker bewustzijn voor de noodzaak aan duurzaamheid. Er moet volgens Grafe meer gewerkt worden aan de consumptiezijde en aan de culturele mentaliteitsverandering, zodat er een groter *commitment* voor duurzaamheid ontstaat en de vraag naar een duurzaam aanbod vanuit de burgers zelf ontstaat. Hoewel Grafe het vooral heeft over duurzaamheid in het algemeen, blijkt deze redenering dus ook perfect op te gaan voor duurzame ruimtelijke planning.



Figuur 6.1: principe van de balans tussen slimme productie en slimme consumptie voor een werkelijke verandering

## 6.1.2. POLITIEKE ACTIE VERSNELLEN DOOR HET CREËREN VAN EEN DRAAGVLAK BIJ HET BREDE PUBLIEK

Dat verandering volgens de respondenten begint bij de individuele burger blijkt uit de interviews nog op een heel andere manier. De electorale angst voor de burger bij Vlaamse beleidsmakers is volgens de helft van de respondenten van die orde dat **het politiek draagvlak sterk bepaald wordt door het draagvlak bij het breed publiek**. Wat betekent dat er eerst een voldoende breed maatschappelijk draagvlak nodig is om beleidsmakers zo ver te krijgen ook effectief veranderingen door te willen voeren.

“Je gaat uw politiek draagvlak krijgen als je de omweg pakt van uw breed publiek [...] als de politici gaan zien dat een bepaald idee pakt bij een breed publiek, dan gaan ze het zelf ook oppakken.”<sup>10</sup>

Dat is ook wel ergens logisch, zo stelt Leo Van Broeck: “De politiek volgt ook wat de mensen kunnen verdragen. Ze gaan hun maatschappij niet bruuskeren. Je kan mensen geen beleid in de maag splitsen.”<sup>11</sup> Het stimuleren van een draagvlak voor duurzaamheid en ruimtelijk rendement bij de individuele burger kan er dus voor zorgen dat de politiek sneller veranderingen zal doorvoeren.

Filip Canfyn wijst verder op de spanning met het planningsdomein: “Het is altijd *bottom-to-top*, maar in het discours van ons vakgebied is het meestal *top-to-bottom*.”<sup>12</sup> Ruimtelijke planning is inderdaad in zijn definitie een soort van top-down oefening, maar die kan normaal gezien niet zomaar vertaald worden naar de realiteit.. Eveneens stelt Christophe Grafe in zijn vlugschrift dat de evolutie naar een duurzame samenleving onmogelijk een proces kan zijn dat louter top-down wordt aangestuurd. In de huidige democratische context zal duurzaamheid zich manifesteren als een sociaal-praktisch project met vele actoren, aandeelhouders, uiteenlopende eisen, belangen en posities. Participatie is volgens hem essentieel:

“Elke burger, elke sector, elk onderdeel van de maatschappij heeft zijn rol te spelen in deze overgang. Dat betekent dat participatie een kernvoorwaarde is voor het waarmaken van deze socioculturele (r)evolutie.”<sup>13</sup>

Politici dwingen dus best geen top-down ruimtelijk beleid op aan de mensen en zullen dit waarschijnlijk ook niet doen omwille van de electorale angst en de behoefte aan participatie. Maar zelfs indien politici voldoende politieke durf zouden hebben om tóch top-down ruimtelijk beleid door te voeren, zou hun dit niet zover brengen, net omdat ingrijpende verandering best van de mensen zelf komt. Dit is de logica van de vraagzijde die daarnet werd uitgelegd. Het is echter waarschijnlijker dat politici gewoon naar het volk zullen luisteren – zeker wat betreft een electoraal gevoelig onderwerp als ruimte – en verandering zal dus hoe dan ook bottom-up op gang moeten komen.

## 6.1.3. BOTTOM-UP VERANDERING STIMULEREN

Er zal een breed draagvlak moeten ontstaan en dat is iets dat jaren op zich laat wachten. De bottom-up-verandering kan volgens Leo Van Broeck echter wel een handje toegestoken worden:

“Zelfs bottom-up wordt voor een stuk geïnitieerd vanuit top-down-start-up. Ideeën lanceren en inspraak moet je ook organiseren. Ik zie geen bevolking spontaan een nieuwe ruimtelijke ordening organiseren. Daarvoor is de maatschappij vandaag nog meer dan vroeger een collage geworden van individuen.”<sup>14</sup>

Ook Christophe Grafe erkent dit in zijn vlugschrift en schrijft dat de overheid wél een proactieve voortrekkersrol moet spelen, maar zonder te vervallen in een hiërarchische top-down implementatie van beleid<sup>15</sup>. De overheid moet participatie organiseren en kan bovendien een soort top-down-ingreep gebruiken



om de bottom-up-beweging op gang proberen te trekken en geleidelijk aan een breed draagvlak te creëren. Tegelijk wordt zo de electorale angst – die het politiek draagvlak belemmert – geëlimineerd.

“Je moet een aantal thema’s in het publiek debat smijten, zodat daar op kan worden ingespeeld door politici, dat het leeft in het debat, dat een politicus zegt ‘ik neem dat op, ik vind dat interessant, ik doe daar iets mee’. Dan is het niet van ‘ik heb dat idee hier uitgevonden en dat gaat afgeschoten worden door de concurrentie’.”<sup>16</sup>

De overheid kan best de vraagzijde bijsturen en het draagvlak reeds verbreden door op de individuele burger in te spelen vanuit het idee van ‘top-down-start-up’. **Men kan niet wachten tot een mentaliteitsverandering vanzelf bottom-up gerealiseerd zal worden** – men zou wel eens lang kunnen wachten in Vlaanderen – maar men begint best zelf ook al op de andere oever te bouwen aan de brug. Leo Van Broeck denkt zelfs dat de maatschappij té geïndividualiseerd is geraakt in het verkavelingsvlaanderen om voldoende bottom-up verandering te doen ontstaan zodat verkavelingsbewoners zelf de ruimte zouden aanpakken. Ook de onderzoekers van de universiteit Gent stellen dat de individuele bewoner steeds meer centraal komt te staan in een leefomgeving van suburbanisatie en segregatie en in een maatschappij waar individualisering en detraditionalisering aan belang winnen, en pleiten net daarom voor een vraaggestuurd beleid dat vertrekt vanuit de individuele burger<sup>17</sup>.

#### 6.1.4. DE INDIVIDUELE BURGER VERSUS ANDERE ACTOREN

Enkele respondenten vragen zich af of het wel meest noodzakelijk is om in te spelen op de individuele burger en of het niet zinvoller is om zich te richten op andere actoren betrokken bij ruimtelijk beleid: andere sectoren, stakeholders, bedrijven, lokale overheden en politici. Ze hebben geen ongelijk. Dit zit dan ook voor een stuk in de structurele veranderingen die het beleid moet nastreven om het aanbod te veranderen. Maar het punt is net dat men meer oog moet hebben voor de vraagzijde van het verkavelingsprobleem en dus de individuele burger. Bovendien, zo verklaart een respondent:

“In een democratie komt het beleid uit de bevolking. Top en bottom komen uit dezelfde nest. Dus als je de communicatie en de opvoeding in dat nest verandert, heb je de twee mee.”<sup>18</sup>

In principe is deze stelling niet alleen geldig voor politici, maar ook voor alle andere actoren. Als er een breed draagvlak voor ruimtelijk rendement is bij de individuele burger, heb je eigenlijk iedereen mee. Het betekent een maatschappelijke mentaliteitsverandering en dit zal waarschijnlijk eveneens doorwerken tot de andere actoren.

## 6.2. Brede communicatie en sensibilisering van de individuele burger

Is men het eenmaal eens dat men meer moet gaan inspelen op de individuele burger en de vraagzijde van het verkavelingsprobleem, dan blijft nog steeds de vraag op welke manier dit moet gebeuren. Niet alle respondenten denken dat brede communicatie en sensibilisering van de individuele burger de beste manier is om de mentaliteit en de keuzes van de individuele Vlaming bij te sturen. In wat volgt worden de verschillende houdingen van de respondenten tegenover het nut van brede communicatie en sensibilisering weergegeven.

### 6.2.1. BREDE COMMUNICATIE

Enkele respondenten vinden meer brede communicatie op Vlaams niveau absoluut noodzakelijk. **De voornaamste reden is om het debat warm te houden** zodanig een breed draagvlak op te bouwen. Er moet gecommuniceerd worden. Er moet uitleg worden gegeven. Er moet bewust gemaakt worden. Stefan Devoldere verklaart: “Ik denk dat het belangrijk is dat je het thema en een aantal van die problemen in de media houdt en op het publieke toneel houdt en dat je daar blijft op hameren.”<sup>19</sup> Devoldere maakt de vergelijking met de BOB-campagnes: “Elk jaar is er een BOB-campagne, hadden ze het maar één keer gedaan, ja..., je moet blijven op dezelfde nagel slaan.”<sup>20</sup> Men moet dus dat draagvlak blijven ondersteunen met brede communicatie.

Volgens een andere respondent is brede communicatie noodzakelijk omdat **er gecommuniceerd moet worden over de toekomst van het land**. Nog een andere respondent vult aan: “Ik denk dat het best is dat iedereen wel wat weet waar we naartoe willen, dus dat de neuzen wat in dezelfde richting wijzen.”<sup>21</sup> Leo Van Broeck verduidelijkt waarom:

“Je moet zorgen dat het verwachtingspatroon niet constant op ontgoocheling botst of je verliest elke keer draagvlak. En dan wordt het veel erger. Want dan zeggen ze ‘fuck, ik zet mijn villa waar ik wil, laat mij met rust’. Je moet zorgen dat je verder bouwt op elk stukje terrein dat je kan winnen in begrip, in uitleggen.”<sup>22</sup>

Met andere woorden, **er moet voldoende breed gecommuniceerd worden om het verwachtingspatroon te managen** en op die manier niet telkens draagvlak te verliezen wanneer de verwachtingen botsen met ruimtelijk beleid, maar net draagvlak verder op te bouwen door de burger bewust te maken en te zorgen dat iedereen weet waar men aan toe is. Brede communicatie betekent volgens Leo Van Broeck niet per se éénrichtingsverkeer: er moet gecommuniceerd worden, maar ook geluisterd naar de wensen en verwachtingen van de burger, zodat er geduid kan worden waar dat fout is, maar ook zodat er rekening mee gehouden kan worden. Maar luisteren staat niet gelijk aan gehoorzamen, benadrukt Van Broeck:

“Nu een moeder die kookt met inspraak die maakt alle dagen frieten, chips en coca cola. Dat is niet de bedoeling. Maar je kan wel vragen aan je kinderen wat ze graag eten en niet graag eten en dan kan je ervoor zorgen dat de gezonde voeding wat aangener is en dat daar een klein frietje bij is en een beetje een dessertje.”<sup>23</sup>

Wat Van Broeck hiermee bedoelt, komt terug neer op **de noodzakelijke middenweg tussen vraag en aanbod**. De vraag van de burger is belangrijk en er moet een aanbod gecreëerd worden rekening houdend met de vraag, maar dat betekent niet dat de vraag blindelings moet gehoorzaamd worden. Ook aan de vraagzijde moeten er veranderingen plaatsvinden, zodanig een middenweg te vinden tussen de vraag van de individuele

burger en het aanbod gecreëerd door ruimtelijk beleid. De brede communicatie is daarbij noodzakelijk om de vraag beetje bij beetje bij te stellen en om het verwachtingspatroon bij de burger onder controle te houden.

## 6.2.2. EEN SENSIBILISERENDE COMMUNICATIECAMPAGNE

Sommige respondenten vinden dat de brede communicatie ook sensibiliserend mocht zijn, dus niet alleen informerend communiceren, maar ook overtuigend. Twee respondenten drukken expliciet uit **dat sensibiliserende communicatiecampagnes naar een breed publiek nuttig zouden zijn**.

“Ik vind dat wij elk jaar een grote sensibiliseringscampagne moeten doen. Want zo kan je niet verder doen, die mensen staan wel in de file, die ergeren zich. Maar die bekijken dat niet macro genoeg om een oplossing te aanvaarden ervoor.”<sup>24</sup>

Twee andere respondenten zeggen niet expliciet dat een sensibiliseringscampagne nuttig zou zijn, maar bevestigen wel het nut ervan aan de hand van de grootschalige campagne ‘Ruimte voor morgen’ (zie p.33). Volgens één respondent slaagt zo’n communicatiecampagne er mee in om het maatschappelijk debat aan te zwengelen en het thema te doen opleven. Volgens de andere is een brede communicatiecampagne – en dan vooral de ‘flair-enquête’ – relevant om ook die mensen die er normaal gezien weinig mee in contact komen, kort te prikkelen:

“Zoveel mensen die daar totaal niet mee bezig zijn, heb je op die manier wel even geprikkeld en die gaan niet verder naar informatie op zoek - want dat kan die een worst wezen - maar je hebt die wel even geprikkeld en dát vind ik toch ook heel belangrijk.”<sup>25</sup>

## 6.2.3. ANDERE SENSIBILISERENDE MEDIA

Twee andere respondenten vinden het ook nuttig om Vlamingen te gaan sensibiliseren en bewust te gaan maken over duurzaamheid en ruimtelijk rendement, maar zien de **klassieke communicatiecampagne niet per se als enige of beste medium** daarvoor. Zo zegt Louis Albrechts:

“Ik denk dat dat heel nuttig zou zijn. Maar ik denk dat alle kanalen die mogelijk zijn, moeten gebruikt worden. Er is niet één kanaal dat de zaken zal oplossen, je zal dat langs verschillende kanalen moeten doen.”<sup>26</sup>

Albrechts haalt verder het voorbeeld aan van een **televisie-soap** zoals ‘Thuis’, moest het onderwerp daarin voorkomen zou dat volgens hem zeker effect hebben. Jorg De Vriese beschouwt media zoals **tijdelijke interventies of festivals** effectiever om mensen te sensibiliseren dan “foldercampagnes en banners”:

“Via andere formats zoals bijvoorbeeld tijdelijke installaties kan je volgens mij veel meer verbeelding of betrokkenheid genereren dan via vrij droge sensibiliseringscampagnes.”<sup>27</sup>

Jorg De Vriese concludeert dat het organiseren van een evenement of het investeren in tijdelijke interventies een betere besteding zijn van middelen.

## 6.2.4. ARGUMENTEN TEGEN SENSIBILISERING

### TE OPVOEDEND

Joeri De Bruyn denkt dat het zonder sensibiliserende communicatie vanuit het beleid ook wel zal lukken. Beter traag dan fout, redeneert De Bruyn: “Het komt wel. Je moet dat ook niet overdrijven. [...] Nu is dat uitzending door derden, maar vanaf dat dat opvoedend wordt, loopt dat mis.”<sup>28</sup> De respondent waarschuwt terecht voor één van de belangrijkste valkuilen van sensibilisering, het mag niet te betuttelend of opvoedend

worden. Het is echter de vraag of men het louter in handen van derden kan laten of toch vanuit de overheid zelf moet ingrijpen.

### MENSEN LEREN VOORAL UIT ERVARING

Filip Canfyn is de enige respondent die expliciet uitdrukte dat **hij niet gelooft dat sensibilisering werkt**. Hij gelooft dat mensen bewust kunnen worden, maar dit gebeurt pas wanneer het te laat is.

“Hoeveel keer heeft uw mama gezegd dat je moest voorzichtig zijn met dit of dat? Wanneer heb je het geleerd? De dag dat je met uw vinger ertussen zat bij wijze van spreken. [...] En uw mama was de liefde zelf als campagne, lievemoeieren was haar job.”<sup>29</sup>

Sensibiliseren of ‘lievemoeieren’ helpt volgens Canfyn niet. **Ervaring is steevast de beste leraar**. Daarom gelooft Canfyn vooral dat een werkelijke ‘crash’ ten gevolge van de ruimtelijke wanorde – bijvoorbeeld een volledige stilstand in mobiliteit – effectief zou zijn, want het gaat door tot je “met uw bakkes tegen de muur loopt”<sup>30</sup>:

“De kruik gaat maar zo lang te water tot ze barst. En ik denk dat we naar een barst aan het gaan zijn. Het zal waarschijnlijk mobiliteit zijn.”<sup>31</sup>

We zijn in Vlaanderen duidelijk al aan het afstevenen op die muur. Canfyn beseft wel dat het zeer cynisch is om op een effectieve crash te hopen. Enkele andere respondenten drukken ook uit dat ze geen fan zijn van deze fatalistische redenering, zo verklaart An Rekkers:

“Er zijn wel een aantal mensen die zeggen dat het tijd wordt dat het gewoon ontploft. ‘We zouden beter nu niet veel doen en zorgen dat het gewoon een keer volledig blokkeert en ontploft’. Ja. Ik ben daar nu geen voorstander van.”<sup>32</sup>

An Rekkers redeneert dat het net **de reden is om aan sensibilisering en bewustmaking te doen**: “Je gaat niet wachten tot de boel ontploft om dan uw boodschap te komen brengen. Wij moeten daar onderhuids aan blijven werken zodat er aandacht en positieve aandacht is voor die problematiek.”<sup>33</sup>

Filip Canfyn’s redenering is wel niet uit de lucht gegrepen, maatregelen worden vaak pas getroffen wanneer het te laat is. Kijk naar de aanslagen in Brussel op 22 maart 2016, men was blijkbaar al langer op de hoogte van de dramatische situatie omtrent radicalisering in Brussel, maar het besef en bijhorende maatregelen kwamen er pas echt toen het drama al geschied was. Het is een extreem maar treffend voorbeeld dat het slimmer is om op voorhand in te grijpen in plaats van te wachten tot de boel – letterlijk – ontploft.

Twee andere respondenten wijzen er bovendien op dat de crash door de ruimtelijke wanorde er misschien wel nooit zal komen. Zo beweert Louis Albrechts dat men dit al twintig jaar zegt – zonder resultaat. **Het failliet van ons woonmodel manifesteert zich waarschijnlijk dan ook niet als een ‘crash’**. Het zijn problemen die eerst evolueren naar structurele problemen en vervolgens gestaag blijven verergeren. De files in Vlaanderen zijn een uitstekend voorbeeld. Vroeger sprak men over ‘files’, nu spreekt men over ‘structurele files’ en deze blijven jaar na jaar toenemen. Maar zal er ooit een moment komen dat we werkelijk een ‘failliet’ van de automobilititeit en het suburbane woonmodel waarnemen? Klimaatopwarming is alvast één factor waar het failliet niet van waargenomen kan worden. Ook Leo Van Broeck benadrukt dit:

“Het is een pijnlijke, trage knal. Het is geen planetaire atoombom. De klimaattransitie zal niet gebeuren op één dag.”<sup>34</sup>

Het is met andere woorden te gek om te rekenen en te wachten op zulke ‘crash’-scenario’s – als die er al ooit zouden komen – en er moet op zoek gegaan worden naar andere manieren om mensen hiervan bewust te maken.

## TE CONTROVERSIËLE KWESTIE

Dat Filip Canfyn niet hoog oploopt van sensibilisering over duurzaamheid en ruimtelijk rendement was al duidelijk, maar er is nog een reden waarom Canfyn denkt dat sensibiliseren zinloos is. Hij maakt de analogie met de sensibilisering rond roken. De eerste stap is volgens Canfyn iedereen ervan te overtuigen dat het huidig gedrag slecht is. Bij roken zijn we al wel zo ver, niemand nog durft te beweren dat roken goed is. Bij het wonen zijn we nog bijlange niet zo ver. Nog niet iedereen beweert eenduidig dat suburbaan wonen slecht is. Er is zelfs bij professionals nog discussie over de negativiteit van het suburbaan woonmodel en de positieve effecten van het stedelijk model (zie 2.3.1). Het is dus veel genuanceerder dan roken. “Bij roken is de boodschap niet genuanceerd, het is slecht, punt. En je gaat ervan dood, punt.”<sup>35</sup> De duurzaamheidsproblematiek rond wonen is veel minder eenduidig en zal het ook altijd blijven. Dus wordt het nog moeilijker om mensen te overtuigen om van het gedrag af te stappen, redeneert Filip.

Bovendien kent de ruimtelijke problematiek veel meer belangen, want ruimte is maatschappij en ruimte is politiek. Iedereen is verbonden door de ruimte. Bij het roken daarentegen is er nog maar één partij die bewust roken promoot, namelijk de fabrikanten, en toch blijven de mensen massaal roken. “Maar we gaan bij het wonen nog veel meer vijanden hebben.”<sup>36</sup> concludeert Filip vervolgens bijna moedeloos. De kwestie lijkt volgens Filip té controversieel voor succesvolle sensibilisering. Ook Jorg De Vriese beweert dat het gebrek aan eensgezindheid – zelfs binnen de vakgroep – voor een visie over de woonproblematiek sensibilisering bemoeilijkt:

“Waarover ga je sensibiliseren? Wat ga je verkopen? Het is niet zo dat er een eenduidige visie is over hoe we nu met onze ruimte moeten omgaan en ik denk dat we er ook nooit uit gaan raken.”<sup>37</sup>

## 6.2.5. ARGUMENTEN VOOR SENSIBILISERING

### EENSGEZINDHEID OVER HET PROBLEEM

Leo Van Broeck beweert dat controversie net de reden is om wel te communiceren: “**Eensgezindheid ontstaat ná de communicatie.**”<sup>38</sup> Bovendien kunnen we zeker al gaan communiceren over het probleem. Volgens Leo Van Broeck weten we wel al waar we vandaan willen:

“Die files moeten weg. We weten dat het andere systeem – wegen bijmaken – [niet werkt,] dan wordt het buitengebied beter bereikbaar, worden nog meer versnipperde gebieden bereikbaar met de auto, wonen daar nog mensen verder weg, neemt de mobiliteitsbehoefte toe en ontstaan er meer files en wordt er meer vraag gesteld naar wegen om die nieuwe files op te lossen. Dus dat is een kringredenering, dat werkt niet, dat hebben we door, eindelijk.”<sup>39</sup>

Dus men kan stellen dat het altijd begint met sensibilisering over het probleem. Eenmaal er daar voldoende draagvlak voor is, kan werk gemaakt worden van eensgezinde en gedragen oplossingen voor dat probleem. **Eensgezindheid over het probleem creëert draagvlak voor oplossingen.** Om het met een analogie te beschrijven:

“Als het ergens te koud is, dan mag je nog chauffage-installaties ontwerpen als je wilt, als je niet eerst met de mensen hebt afgesproken dat iedereen het over eens is dat je het samen warmer gaat maken, als die zeggen ‘nee ik heb het graag fris, laat me met rust’, ja dan mag jij tekenen wat je wilt en dan mag je nog gelijk hebben, je zal geen gelijk krijgen. Dus als er niet eerst een consensus is over de verandering die je wilt teweegbrengen, is geen enkel plan aanvaardbaar.”<sup>40</sup>

Een breed draagvlak voor oplossingen kan er dus pas zijn als er ook een breed draagvlak is voor het probleem. En dat is er nog niet in Vlaanderen. Het is dus eerst nodig om te focussen op bewustmaking rond

duurzaamheid en ruimtelijke wanorde en op die manier controversie te laten plaatsmaken voor eensgezindheid. Voor Peter Triest is **bewustmaking over het probleem dan ook de essentie van sensibilisering**:

“Ik heb sensibilisering altijd begrepen als [het overtuigen] van een probleem, maar nog niet de oplossing. Draagvlak verwerven voor een oplossing is toch niet sensibiliseren. Dat komt veel later. Dat is gewoon iets anders volgens mij.”<sup>41</sup>

Sensibiliseren is dus **niet iemand proberen sturen of verleiden in een richting, maar is iemand bewust maken van iets**. Dit is een belangrijke nuance. Ook Jorg De Vriese gaat akkoord met deze definitie van sensibilisering:

“Het is absoluut noodzakelijk om te sensibiliseren rond de noodzaak aan ruimtelijke transformatie, [...]. Maar het hangt wel erg af van de manier waarop. Als het puur om een wervingsproject gaat van een overheid die zijn beleid wil verkocht krijgen, dan hoeft dat niet echt voor mij.”<sup>42</sup>

**Sensibilisering is nuttig, maar mag niet overslaan in het puur ‘verkopende’ van toekomstig beleid**. Sensibilisering kan wel bijdragen aan een breder draagvlak voor toekomstige oplossingen net door de bewustmaking van het probleem, maar het verleiden voor een oplossing mag nooit het doel zijn op zich.

### **PARTICIPATIEF BELEID VERSTERKEN**

In het vorig punt werd geconcludeerd dat sensibilisering noodzakelijk is, zolang het niet overslaat in het puur ‘verkopende’ van toekomstig beleid. Dit is eigenlijk nauw gerelateerd met de kwestie van participatie in ruimtelijk beleid. Een beleid dat niet louter top-down wordt opgelegd is normaal gezien een beleid waar inspraak en participatie is georganiseerd. En daar knelt wel een schoentje. Jorg De Vriese stelt vast dat **participatie in Vlaanderen nog steeds niet is wat het hoort te zijn**. Er is nog steeds te veel sprake van ‘schijnparticipatie’:

“Men maakt eigenlijk vaak nog plannen en probeert die dan te verkopen en eigenlijk zou het omgekeerd moeten zijn. Je moet eerst te rade gaan en eerst mensen gaan betrekken en dan moet je daar plannen van maken. Dat blijft wel het grootste probleem of het achterliggend probleem.”<sup>43</sup>

In het kader van schijnparticipatie is het te begrijpen dat Jorg De Vriese niet staat te springen voor vormen van sensibilisering. Hij pleit dan ook vooral – overeenkomstig de resultaten uit de commissies Berx en Sauwens – voor actievere participatie in plaats van sensibilisering van burgers. Men moet **van het begin van een ruimtelijk proces constructief mensen betrekken**, zodat burgers actief meewerken en actief betrokken zijn. De Vriese noemt het “een basishouding of -oefening die moet gebeuren”<sup>44</sup>. Hij beschrijft dus een blijvende behoefte aan betere participatie. Participatie staat echter enigszins los van de vraag over de nood aan sensibilisering, maar – zoals daarnet gesteld – is sensibilisering, die dient voor het rechtstreeks verkopen van oplossingen en dus schijnparticipatie ondersteunt, niet aanvaardbaar. **Participatie in beleid moet steeds verzekerd zijn**, anders dreigt sensibilisering te neigen naar top-down implementering van beleid.

Twee respondenten redeneren echter wel dat een sterke participatie in beleid de nood aan sensibilisering overbodig maakt. Zo verklaart Jorg De Vriese:

“Kan je niet beter in plaats van gaan sensibiliseren, inzetten op mensen actief betrekken in die stedenbouwkundige praktijk? Is dat dan sensibiliseren? Dat is gewoon een manier om aan een beleid te doen waar dat je meer participatie verwacht.”<sup>45</sup>

De Vriese heeft de voorkeur voor het streven naar een ‘actiever burgerschap’: “Mijn boodschap is eigenlijk vooral dat er andere manieren zijn om voorbij te gaan aan sensibilisering. Beter de mensen actief doen meedenken, een bewust burgerschap stimuleren. Hoe kritischer je burgers zijn, hoe verder je gaat komen.”<sup>46</sup> Ook Louis Albrechts sluit zich aan bij deze visie. Hij spreekt over het nastreven van ‘co-productie’, waarbij het noodzakelijk is om mensen te laten beseffen dat ze een verantwoordelijkheid hebben over hoe de toekomst eruit

zal zien. Essentieel daarbij is volgens Albrechts dat men ook effectief verantwoordelijkheid geeft aan de mensen en duidelijk maakt dat het hun verantwoordelijkheid is en niet alleen die van de overheid.

“Dan kan je een soort van verantwoordelijkheidsgevoel creëren bij de mensen, om te zeggen van jullie hebben het in eigen handen, als je het verknoeit, dan verknoei je het zelf, het zijn niet de anderen die het doen.”<sup>47</sup>

Dé manier om burgers bewust te maken en verantwoordelijkheidsgevoel te geven over de ruimte is volgens De Vriese en Albrechts dus om aan participerend beleid te doen. De burgers moeten actief betrokken zijn en blijven. Op die manier worden ze meer geëngageerd met de inrichting van de ruimte en ruimtelijk beleid.

Participatie kent echter zijn eigen uitdaging. Voldoende mensen bereiken met participatie is niet vanzelfsprekend. En al helemaal niet op schaal van Vlaanderen. Enerzijds omdat het niet eenvoudig is om verregaande participatie te organiseren met alle Vlamingen. Anderzijds omdat hoe dan ook niet alle burgers ontvankelijk zijn voor participatie. Joeri De Bruyn beschrijft het als volgt: “Bottom-up [participatie] kan ook impact hebben. Dat blijft wel kleinschalig [...], uw publiek is beperkter, maar hetgeen je zaait zit er wel steviger in.”<sup>48</sup> Hij vergelijkt het met een top-down campagne zoals ‘Ruimte voor morgen’: “Ruimte voor Morgen is even een gimmick geven, ik denk dat je dat snel vergeet. Uw bereik is groter, maar uw impact is kleiner.”<sup>49</sup> De Bruyn concludeert met een formule: **impact is omgekeerd evenredig met bereik**. Ofwel zet je in op participatie, zal het bereik kleiner zijn, maar zal de impact bij de mensen des te groter zijn, ofwel zet je in op communicatie die veel mensen bereikt, maar zal de impact kleiner zijn.

Participatie in Vlaanderen zal bovendien niet snel van die orde zijn dat we kunnen spreken van ‘co-productie’, zeker nog niet in het huidige maatschappelijke milieu. Peter Triest, betrokken bij het proces van het BRV, merkt dit ook op:

“Co-productie dat was ook wel heel hoog gegrepen natuurlijk. Daar moeten spelregels zijn, de verwachtingen moeten juist zijn. [...] daar hebben we de lat te hoog gelegd, dat konden wij toch niet waarmaken.”<sup>50</sup>

Het is dus **voorzichtig omspringen met het ‘heilige’ geloof in participatie**. Op lokaal niveau is het absoluut belangrijk om hier op in te zetten. Ook op schaal van Vlaanderen is het nodig om participatie en inspraak te organiseren voor die mensen die daarin geïnteresseerd zijn, maar voor zover participatie niet voldoende mensen bereikt of niet het niveau van co-productie bereikt, kan men waarschijnlijk niet rekenen op de positieve effecten van co-productie en lijkt het niet slim om alle eieren in de mand van participatie te leggen. Het lijkt relevant om in te zetten op sensibilisering als versterking van participatie. Dan is er op z’n minst iets geprobeerd voor die mensen die niet kunnen bereikt worden met participatie of daaraan willen deelnemen.

Bovendien is de vraag of co-productie en een actiever burgerschap in ruimtelijk beleid hoe dan ook niet begint met een grootschalige sensibilisering en bewustmaking van een probleem en van een noodzaak aan een actiever burgerschap en engagement in de ruimte. Het lijkt weinig waarschijnlijk dat de bevolking plots massaal uit zichzelf gaat participeren op Vlaams niveau. Of zoals voorheen reeds gesteld: een bottom-up verandering vraagt een top-down ingreep. **Ook een actiever participatief beleid vraagt ergens een grootschalige sensibilisering**. Alhoewel Jorg De Vriese duidelijk tegen sensibilisering is, bevestigt hij toch voorgaande stelling:

“Het is absoluut nodig om te sensibiliseren rond de noodzaak aan ruimtelijke transformatie, want die mensen moeten beter betrokken worden in de aanpak van die ruimtelijke uitdagingen.”<sup>51</sup>

Sensibilisering op Vlaams niveau leidt bovendien op zijn beurt tot beter ingelichte burgers en eveneens meer geëngageerde burgers op lokaal niveau. Dit kan leiden tot meer conflict op lokaal niveau in eerste instantie, maar leidt uiteindelijk tot meer draagvlak op lange termijn en beter gedragen oplossingen (zie 4.2). Ook An Rekkers vermoedt dat **sensibilisering een meerwaarde kan zijn op lokaal niveau**:

"Ik denk dat mensen bewust maken van de problemen die onze ruimtelijke wanorde meebrengt, ervoor kan zorgen dat er meer mensen ook gaan bezwaren indienen bijvoorbeeld als er op gemeentelijk niveau slechte beslissingen worden genomen."<sup>52</sup>

### **CAPACITEITSOPBOUWPROCESSEN VERSTERKEN**

Oswald Devisch erkent het belang van sensibilisering, maar beweert toch dat er vooral nood is aan capaciteitsopbouw. Volgens Oswald is sensibilisering minder nodig omdat sensibilisering op het individueel niveau – de competenties – inspeelt. Op individueel niveau is er volgens Oswald Devisch echter al voldoende kennis, de uitdaging ligt vooral in het collectief leren. Hij en zijn team bij de Universiteit Hasselt hebben gemerkt dat er vooral nood was aan het leren samenwerken in een groep. De groep is zeer belangrijk voor capaciteitsopbouw. Men gaat in groep reflecteren en vervolgens samen actie ondernemen. Interactie tussen de individu's staat daarbij centraal. Mensen gaan samen doelen afbakenen en die zelf proberen bereiken. Daarbij hebben ze capaciteit nodig en professionals kunnen helpen om zo'n groepen te begeleiden en de nodige capaciteiten te ontwikkelen. Sensibilisering naar een breed publiek zal onvoldoende zijn, omdat het enkel inzet op het individueel niveau en niet op het collectief niveau. Zonder de interactie kom je er niet, aldus Oswald Devisch:

"Je gaat nooit een soort van cultuurverandering creëren door alleen op die individuele competenties te werken. Want mensen blijven elkaar wantrouwen, blijven niet hun eigen kunnen vertrouwen, blijven geloven dat de andere het wel zal doen, 'het is mijn probleem niet', 'dat is veel te moeilijk', ..... Daar gaat het over dat je manieren nodig hebt om mensen samen te brengen."<sup>53</sup>

Men kan eventueel redeneren dat men aan capaciteitsopbouw op schaal van Vlaanderen kan gaan doen, maar dat lijkt gezien de uitgangspunten van capaciteitsopbouw (een groep individu's die met elkaar in interactie gaan) niet mogelijk. Capaciteitsopbouw is dus voornamelijk toepasbaar op schaal van de regio. Capaciteitsopbouw verschilt overigens van participatie. Participatie is volgens Devisch steeds in functie van een project of van beslissingen die genomen worden, terwijl capaciteitsopbouw dat niet hoeft te zijn, zolang er maar een groep mensen is die samen capaciteit wil opbouwen.

"Je kan aan capaciteit opbouwen tijdens een participatieproces, [...]. Maar je kan het op zich als doel ook hebben, los van een project."<sup>54</sup>

Sensibilisering kan net als capaciteitsopbouw los van een project staan, maar stelt het individu centraal in plaats van een groep. Sensibilisering vereist dan ook geen interactie tussen individu's en kan op een hoger schaalniveau toegepast worden.

De visie van Devisch en zijn team werd gepubliceerd via de tentoonstelling en het boek 'Verkavelingsverhalen'. De gangbare kritiek op capaciteitsopbouw als methode om de verkavelingsproblematiek aan te pakken, is dat het onhaalbaar is om over heel Vlaanderen lokale capaciteitsopbouwprocessen op te zetten. Het bereik ervan zal bijgevolg – nog meer dan bij participatie – beperkt blijven. Eveneens is het waarschijnlijk dat niet iedereen ontvankelijk is om deel te nemen aan capaciteitsopbouw. Je zal dus ook met capaciteitsopbouwprocessen waarschijnlijk niet voldoende mensen bereiken, en dan blijft de vraag – net als bij participatie – of er best iets gebeurd om de overige mensen te bereiken, daar waar capaciteitsopbouw te kort schiet. Daarnaast kan men redeneren dat sensibilisering ook een positief effect zou hebben op het engagement van mensen om deel te nemen aan lokale capaciteitsopbouwprocessen of om mensen net te triggeren zelf capaciteitsopbouwprocessen op te zetten. Sensibilisering kan dus ook hier versterkend werken.

### **COMMUNICEREN WERKT, HERHALING LOONT**

Filip Canfyn gelooft eigenlijk in geen enkele vorm van gedragsbeïnvloedende maatregelen. Hij haalt daarbij het voorbeeld van roken aan. De gevolgen van roken treffen duidelijk het individu zelf, er wordt eenduidig



gezegd dat het een negatief effect heeft, het wordt massaal ontraden via negatieve mentale associaties, én toch blijven mensen massaal roken:

“Zwarte longen op sigarettenpakjes werken niet. Wat zou een sensibiliseringscampagne rond ruimtelijke planning werken. We weten allemaal dat roken slecht is en toch krijg je de mensen nog niet van het roken af.”<sup>55</sup>

Volgens Canfyn werkt één methode nog het beste: financiële incentives. De Vlaming zal het in zijn portefeuille moeten voelen. Canfyn maakt de analogie met roken af:

“Wat werkt wel? Een prijsverhoging en dan gaan mensen minder roken. Dan gaan zelfs de verstokte rokers naar de Aldi voor hun sigaretten.”<sup>56</sup>

En tóch vindt ook Filip Canfyn dat men moet blijven doorgaan. **Men moet blijven communiceren, blijven herhalen, blijven hameren**, want “al die mensen [...] timmeren op één of andere manier aan dé weg”<sup>57</sup>. Hij redeneert dat alle kleine beetjes helpen en bevestigt op één of andere manier dan toch de noodzaak aan sensibilisering, ondanks zijn ongelooft in de effectiviteit ervan.

## 6.2.6. AANVULLENDE MAATREGELEN NODIG

Verschillende respondenten vinden sensibiliserende communicatie nodig, maar redeneren dat men er niet zal komen met sensibilisering alleen. Ze vinden het ook noodzakelijk om in te zetten op andere maatregelen of hefboomen om mensen bewust te maken en de houding en het gedrag van mensen te beïnvloeden. Volgens Stefan Devoldere moet je “de twee sporen pakken, alleen lukt het niet”: enerzijds op alle fronten voor werkelijke verandering proberen te zorgen en anderzijds bouwen aan een breed draagvlak om de verandering te ondersteunen. Stefan waarschuwt dan ook dat sensibilisering niet het doel op zich mag worden en benadrukt dat ruimteprofessionals de dingen moeten blijven doen die ze moeten doen om de reële verandering te ondersteunen. Ze moeten onderzoek voeren, scherpe argumenten blijven aandragen, het publiek debat voeren, etc. Ook An Rekkers gelooft dat sensibilisering een groter draagvlak kan creëren om “een aantal volgens mij noodzakelijke veranderingen door te voeren”<sup>58</sup>, maar dat men met sensibilisering alleen er niet zal komen.

“Communiceren alleen [...] gaat niet of zeker niet snel genoeg mensen bewust maken dat ze op een andere manier moeten gaan bouwen.”<sup>59</sup>

Er zijn dus altijd aanvullende maatregelen en actie nodig. Men moet tegelijkertijd zorgen dat de dingen structureel veranderen en dat pakt allemaal tijd, aldus Stefan Devoldere. Men moet zorgen dat de regelgeving wordt aangepast, dat er projecten staan die veel mond-aan-mond-reclame krijgen, etc.

“Dat zijn ook dingen die heel goed werken, maar dat zijn dingen die trager opgebouwd kunnen worden, maar soms wel veel efficiënter zullen zijn dan een brede sensibiliseringscampagne die na een paar jaar iedereen al vergeten is bij wijze van spreken.”<sup>60</sup>

Wat de respondenten bedoelen is dat sensibiliserende communicatie wel effectief kan zijn, maar zolang het hele kader en de omgeving van mensen wijst naar het gedrag dat men wil afraden, zal men daar weinig in verder komen. Stefan Devoldere benadrukt dat men goed moet mikken op waar dat er verandering nodig is. Op die manier moeten de condities geschept worden waardoor mensen de juiste keuze gaan maken wanneer ze een nieuw huis gaan kopen of bouwen. Hij maakte de vergelijking met de BOB-campagne:

“Zoals zo’n sensibiliseringscampagne van BOB de condities tracht te scheppen waardoor dat mensen de juiste beslissing nemen. Die condities zitten op hun geweten bij wijze van spreken. Maar dus beslissen waar ze gaan wonen, een huis gaan kopen of een huis gaan bouwen, dat is iets dat veel geld kost en dat hangt veel af van beschikbaarheid, van fiscale voordelen en zo van die dingen allemaal. Het is daar dat je op de condities moet werken.”<sup>61</sup>

Stefan Devoldere erkent het belang van het bouwen aan een breed draagvlak aan de hand van sensibilisering, maar doet daarnaast ook herinneren aan het feit dat het omringende kader en de omgeving van mensen zeer belangrijk is om mensen de juiste keuze te laten maken. Ook Louis Albrechts geeft aan dat naast sensibiliserende communicatie alle mogelijke manieren gebruikt moeten worden om mensen bewust te maken en hun keuzes te beïnvloeden.

## 6.3. Conclusie

De visie van de respondenten over het nut van brede communicatie en sensibilisering om de Vlaming te overtuigen van ruimtelijk rendement, kon worden opgesplitst in twee thema's. Eerst en vooral erkenden de meeste respondenten de nood om meer in te spelen op de individuele burger. Voor een effectief ruimtelijk beleid moet er meer aandacht zijn voor het creëren van een draagvlak bij het brede publiek en voor de vraagzijde van het verkavelingsprobleem – de woonwensen van de individuele burger. Men moet dus oppassen om niet opnieuw dezelfde fout te maken als bij het RSV en het duurzaamheidsdiscours tot nu toe, namelijk enkel inzetten op het aanbod en de vraagzijde verwaarlozen. Een succesvol beleid stimuleert zowel slimme productie als slimme consumptie. Door ook in te spelen op de vraag kan men ingrijpen op de vele individuele beslissingen van de burger die mee de inrichting en het gebruik van de ruimte bepalen. Op die manier kan men een wezenlijk verschil proberen te maken. Bovendien lijkt het bijna vanzelfsprekend om in Vlaanderen – waar de verkaveling en ruimtelijke gebruiken zeer diep zijn ingebed in de bestaande cultuur en traditie – in te spelen op de culturele kant en dus de vraagzijde bij de burger om wezenlijke veranderingen in de ruimte te realiseren. De huidige vraag bijsturen betekent bovendien niet dat men geen rekening moet houden met de huidige vraag. Men moet rekening houden met de bestaande vraag en ook een aangepast aanbod bieden dat rekening houdt met de huidige woonwensen. Het beleid kan de wensen van zijn burger niet zomaar negeren. Maar zoals Leo Van Broeck zegt, staat luisteren niet gelijk aan gehoorzamen. Het is het ook nodig om de vraag van de burger te gaan bijsturen richting een vraag die verzoend kan worden met een duurzame toekomst en bijhorend beleid en aanbod. Enkele respondenten wezen terecht op de noodzaak om niet alleen de burger, maar ook andere actoren in de ruimte te sensibiliseren. Ook daar is zeker aandacht voor nodig; hoewel, een maatschappelijke mentaliteitsverandering als gevolg van sterke communicatie zal waarschijnlijk doorwerken tot iedereen van de bevolking, dus de andere actoren inbegrepen.

Over het tweede thema – de geschiktheid van brede communicatie en sensibilisering om de keuzes en wensen van de Vlaming te gaan beïnvloeden en draagvlak te gaan creëren – was men minder unaniem, het is dus een genuanceerde kwestie. Een deel van de respondenten beschouwden brede communicatie en sensibilisering wél als noodzakelijk, terwijl sommige respondenten twijfelden aan de effectiviteit ervan en andere technieken aandroegen. Onder meer financiële incentives, een actievere participatie en capaciteitsopbouw werden als alternatief naar voor gebracht. Deze technieken hebben echter ook baat bij een versterkende sensibiliseringscampagne. Hoe dan ook moet duidelijk gemaakt worden dat meer communicatie en sensibilisering niet betekent dat er minder participatie georganiseerd mag worden. De sensibilisering mag de co-productie of participatie niet vervangen. Het niveau van participatie mag niet terugzakken tot louter communiceren en sensibiliseren – de laagste trede van de participatieladder. Dat is het uitgangspunt van deze thesis. Meer brede communicatie en sensibilisering moet dus versterkend werken voor participatie en de realisatie van ruimtelijk beleid. Bovendien moet men rekening houden met en luisteren naar de huidige vraag; dit veronderstelt net interactie en dus een hogere vorm van participatie. Daarnaast werd vastgesteld dat participatie zelf nog steeds beter en meer georganiseerd moet worden. In de praktijk blijft men te vaak plannen vastleggen zonder degelijke of tijdige vormen van inspraak. Deze schijnparticipatie blijft problematisch en creëert wrijving op het terrein. Ook de mate van participatie beoogt voor de opmaak van het BRV – co-productie – was te hoog gegrepen voor het huidig maatschappelijk milieu en lijkt voorlopig – ondanks de vliegende start met de campagne 'Ruimte voor morgen' in 2011 – inderdaad niet waargemaakt. Het organiseren van adequate participatie in Vlaanderen blijft naast brede communicatie dus eveneens een uitdaging.

- 
- <sup>1</sup> Peter Triest, interview door Lotte Verduyck op 17/03/2016, KULeuven, Leuven, 2016.
- <sup>2</sup> Louis Albrechts, interview door Lotte Verduyck op 11/04/2016, KULeuven, Leuven, 2016.
- <sup>3</sup> Sarah Vankersschaever, "Verkavelingsvlaanderen: van sociaal sprookje tot uitdoofscenario - Waarom we onze groene woondroom moeten loslaten", *De Standaard*, 3 december 2016, 20, <http://planning.ugent.be/medialibrary/purl/nl/4385284/20161203--destandaard--allaert-verkavelingsvlaanderen-p20.pdf>.
- <sup>4</sup> Stefan Devoldere, interview door Lotte Verduyck op 12/04/2016, KULeuven, Leuven, 2016.
- <sup>5</sup> An Rekkers, interview door Lotte Verduyck op 4/04/2016, KULeuven, Leuven, 2016.
- <sup>6</sup> Leo Van Broeck, interview door Lotte Verduyck op 18/04/2016, KULeuven, Leuven, 2016.
- <sup>7</sup> Pisman, Allaert, en Lombaerde, "Ideaal wonen vanuit het perspectief van de bewoner".
- <sup>8</sup> Grafe, *Dierbaar is duurzaam*, 22.
- <sup>9</sup> Ibid.
- <sup>10</sup> Devoldere, interview door Lotte Verduyck op 12/04/2016.
- <sup>11</sup> Van Broeck, interview door Lotte Verduyck op 18/04/2016.
- <sup>12</sup> Filip Canfyn, interview door Lotte Verduyck op 21/03/2016, KULeuven, Leuven, 2016.
- <sup>13</sup> Grafe, *Dierbaar is duurzaam*, 33.
- <sup>14</sup> Van Broeck, interview door Lotte Verduyck op 18/04/2016.
- <sup>15</sup> Grafe, *Dierbaar is duurzaam*.
- <sup>16</sup> Devoldere, interview door Lotte Verduyck op 12/04/2016.
- <sup>17</sup> Pisman, Allaert, en Lombaerde, "Ideaal wonen vanuit het perspectief van de bewoner", 24.
- <sup>18</sup> Van Broeck, interview door Lotte Verduyck op 18/04/2016.
- <sup>19</sup> Devoldere, interview door Lotte Verduyck op 12/04/2016.
- <sup>20</sup> Ibid.
- <sup>21</sup> Triest, interview door Lotte Verduyck op 17/03/2016.
- <sup>22</sup> Van Broeck, interview door Lotte Verduyck op 18/04/2016.
- <sup>23</sup> Ibid.
- <sup>24</sup> Triest, interview door Lotte Verduyck op 17/03/2016.
- <sup>25</sup> Karlien Stroeykens, interview door Lotte Verduyck op 23/03/2016, KULeuven, Leuven, 2016.
- <sup>26</sup> Albrechts, interview door Lotte Verduyck op 11/04/2016.
- <sup>27</sup> Jorg De Vriese, interview door Lotte Verduyck op 04/03/2016, KULeuven, Leuven, 2016.
- <sup>28</sup> Joeri De Bruyn, interview door Lotte Verduyck op 28/03/2016, KULeuven, Leuven, 2016.
- <sup>29</sup> Canfyn, interview door Lotte Verduyck op 21/03/2016.
- <sup>30</sup> Ibid.
- <sup>31</sup> Ibid.
- <sup>32</sup> Rekkers, interview door Lotte Verduyck op 4/04/2016.
- <sup>33</sup> Ibid.
- <sup>34</sup> Van Broeck, interview door Lotte Verduyck op 18/04/2016.
- <sup>35</sup> Canfyn, interview door Lotte Verduyck op 21/03/2016.
- <sup>36</sup> Ibid.
- <sup>37</sup> De Vriese, interview door Lotte Verduyck op 04/03/2016.
- <sup>38</sup> Van Broeck, interview door Lotte Verduyck op 18/04/2016.
- <sup>39</sup> Ibid.

---

<sup>40</sup> Ibid.

<sup>41</sup> Triest, interview door Lotte Verduyckt op 17/03/2016.

<sup>42</sup> De Vriese, interview door Lotte Verduyckt op 04/03/2016.

<sup>43</sup> Ibid.

<sup>44</sup> Ibid.

<sup>45</sup> Ibid.

<sup>46</sup> Ibid.

<sup>47</sup> Albrechts, interview door Lotte Verduyckt op 11/04/2016.

<sup>48</sup> De Bruyn, interview door Lotte Verduyckt op 28/03/2016.

<sup>49</sup> Ibid.

<sup>50</sup> Triest, interview door Lotte Verduyckt op 17/03/2016.

<sup>51</sup> De Vriese, interview door Lotte Verduyckt op 04/03/2016.

<sup>52</sup> Rekkers, interview door Lotte Verduyckt op 4/04/2016.

<sup>53</sup> Oswald Devisch, interview door Lotte Verduyckt op 25/03/2016, KULeuven, Leuven, 2016.

<sup>54</sup> Ibid.

<sup>55</sup> Canfyn, interview door Lotte Verduyckt op 21/03/2016.

<sup>56</sup> Ibid.

<sup>57</sup> Ibid.

<sup>58</sup> Rekkers, interview door Lotte Verduyckt op 4/04/2016.

<sup>59</sup> Ibid.

<sup>60</sup> Devoldere, interview door Lotte Verduyckt op 12/04/2016.

<sup>61</sup> Ibid.



# Hoofdstuk 7

## Lessen uit sociale marketing

**Inleiding.** De bedenkingen van de respondenten komen eigenlijk neer op de vraag of communicatie en sensibilisering effectief zijn om mensen te overtuigen hun kennis – of zelfs houding en gedrag – bij te sturen. In de communicatiewetenschappen komt men met sociale marketing als antwoord op de falende klassieke sensibiliseringscampagnes. In 7.1 wordt toegelicht waarom sociale marketing een antwoord biedt op beleidsuitdagingen die zich in de moderne maatschappij stellen, zoals bijvoorbeeld ruimtelijk rendement. De uitgangspunten van sociale marketing worden hier kort toegelicht. In 6.2 en 6.3 wordt de link gelegd tussen de ‘sociale marketing’ discipline en een aantal noodzakelijkheden en bezorgdheden over sensibilisering, die werden vastgesteld in de interviews. Ten laatste wordt in 7.4 de essentie van een recent Vlaams model voor sociale marketing toegelicht: de 7E-hefbomen uit het 7E-model. Dit model zal gebruikt worden als verdere ondersteuning in deze thesis.

# 7.1. Sociale marketing: ondersteuning van positieve maatschappelijke veranderingen

De bedenkingen van de respondenten komen eigenlijk neer op de vraag of communicatie en sensibilisering effectief is om mensen te overtuigen hun kennis – of zelfs houding en gedrag – bij te sturen, zoals men gelooft in de tweede methodologische school (zie 4.2.2). Dit is ook een bezorgdheid in de communicatiewetenschappen. Onderzoeken naar de effecten van sensibilisering wijzen niet op eenduidig positieve resultaten. Er is dus heel wat twijfel rond de effectiviteit van communicatie en sensibilisering om het individu te overtuigen en te beïnvloeden. De nood om de houding en het gedrag van burgers bij te kunnen sturen neemt echter toe, vooral door de toenemende urgentie van een aantal maatschappelijke problemen, zoals bijvoorbeeld klimaatverandering. Veel van deze maatschappelijke problemen worden namelijk veroorzaakt door individueel gedrag. Vooral de overheid – die natuurlijk met de maatschappelijke taak belast is – zou gebaat zijn bij betere manieren om het individu te overtuigen, want ook zij merken dat klassieke sensibiliserende communicatiecampagnes tekort schieten. Een antwoord lijkt gevonden in de sociale marketing.<sup>1</sup>

Communicatiewetenschappers komen aangezet met ‘sociale marketing’ als antwoord op de soms falende, klassieke sensibilisering. Met sociale marketing wil men grote groepen tot verandering brengen ten goede van de maatschappij door het toepassen van technieken die men in de verkoop al lang gebruikt. Vandaar de term ‘sociale marketing’, de term heeft dus niets te maken met het gebruiken van sociale media voor promotie, zoals sommige mensen weleens denken. In feite combineert sociale marketing inzichten uit de psychologie, sociologie en gedragswetenschappen met technieken uit de marketing. Men gaat dus marketing technieken gebruiken – niet voor commerciële doeleinden – maar voor kennis, mentaliteit en gedrag bij te sturen zodanig positieve maatschappelijke veranderingen te bewerkstelligen. Sociale marketing is dus eigenlijk een soort ‘sensibilisering 2.0’ om op een effectievere manier het individu te overtuigen en gedrag te beïnvloeden in situaties waar dat verre van eenvoudig is. Sociale marketing wordt typisch gebruikt in organisaties waar geen marketing mindset aanwezig is en kan bijvoorbeeld toegepast worden in beleid om uitdagende veranderingsprocessen te ondersteunen.<sup>2</sup>

Sociale marketing is echter niet nieuw, het concept werd voor het eerst gedefinieerd in 1971 door Philip Kotler en Gerald Zaltman<sup>3</sup>. Zij zagen toen al toepassingsmogelijkheden voor het principe om mensen te leren om zuiniger om te springen met energie, gezondere leef- en voedingsgewoontes te laten aannemen, etc.<sup>4</sup> Sociale marketing heeft ondertussen wel al een hele weg afgelegd en heeft recentelijk ook een vervolg gekregen in Vlaanderen. Verschillende Vlaamse specialisten – onder leiding van Fran Bambust – hebben zich verzameld om zich de principes van sociale marketing eigen te maken en te combineren met zeer nieuwe communicatie- en gedragswetenschappelijke inzichten. De experts creëerden daaruit een eigen model met een geheel eigen structuur en terminologie (zie verder) om al deze kennis overzichtelijk te maken. Ze voegden ook Vlaamse voorbeelden toe. Het model werd het 7E-model genoemd en bevat alle kennis, tips en tricks van de Vlaamse specialisten om sociale marketing toe te passen in Vlaanderen en op een effectieve manier Vlamingen te overtuigen en beleid te realiseren. Alle informatie werd in 2015 ook in een boek gepubliceerd (zie Figuur 7.1). Bovendien hebben Fran en haar team in navolging van het vooraanstaande Britse *Behavioural Insights Team* een Vlaams 7E-team opgericht om publieke en private beleidsmakers te ondersteunen en nieuwe ontwikkelingen op de voet te blijven opvolgen.<sup>5</sup>



Sociale marketing en het 7E-model zijn overigens niet revolutionair, maar ze zetten noodzakelijkerwijs een aantal dingen op een rij<sup>6</sup>. Het nut ervan blijkt ook in deze thesis, want vele bezorgdheden die de respondenten in Hoofdstuk 6 uitdrukten over communicatie en sensibilisering worden opgevangen door de ideeën uit sociale marketing en het 7E-model. Ze zullen in 7.1 en 7.2 verduidelijkt worden. Eerst volgt nog kort de essentie van sociale marketing: welke aspecten uit commerciële marketing worden toegepast in sociale marketing en waar verschilt sociale marketing grondig van commerciële marketing? Dit wordt treffend samengevat door Nederlands sociaal deskundige John Beckers in een essay op de blog 'Welzijn in de 21<sup>e</sup> eeuw'<sup>7</sup>.



Figuur 7.1: cover van het boek over het 7E-model

### 7.1.1. GELIJKENISSEN MET COMMERCIEËLE MARKETING<sup>8</sup>

In sociale en commerciële marketing heeft men steeds een bepaald gewenst gedrag voor ogen. Het **resultaat is gedrag**. Om de abstractie naar marketing compleet te maken, wordt wonen bekeken als een consumptiegedrag. Dat is het ook eigenlijk letterlijk, Vlamingen consumeren ruimte met hun woongedrag. Het beleid heeft een ander woongedrag voor ogen: één waar iedereen in de kernen woont en de ruimte in het buitengebied gevrijwaard kan worden. De bedoeling is dat dit andere consumptiegedrag resulteert uit sociale marketing, net zoals gewone marketing een ander consumptiegedrag voor ogen heeft.

In marketing vindt het beoogde gedrag steeds plaats door een **ruil of transactie**. Men ruilt een product, dienst of ander voordeel met kosten en inspanningen. Mensen ruilen vrijwillig als ze het de moeite waard vinden. Men verwacht een voordeel. Net daarom is marketing steeds **klant georiënteerd**. Wat mensen een voordeel vinden, is voor elke klant anders. Zomaar ander gedrag opleggen of nieuwe wetten en regels instellen werkt niet. Mopperen dat mensen niet luisteren werkt evenmin. Gedrag is niet zomaar maakbaar. De klant zelf bepaalt of zijn gedrag verandert. 'De klant heeft altijd gelijk', zoals weleens gezegd wordt.

Gezien een individuele aanpak per klant het beste zou werken, maar dat onhaalbaar is voor grote groepen, moet men **efficiënt** te werk gaan. De middelen zijn beperkt en moeten optimaal benut worden. Daarom doet men in marketing aan segmentering. Geen klassieke segmentering op basis van geografische of demografische gegevens, maar een diepgaandere segmentering op basis van het huidig gedrag of gedrag uit het verleden, of van hun perceptie van voor- en nadelen van het beoogde gedrag of van hun rolmodellen en opinieleiders.

In marketing staat de **marketingmix** steeds centraal met zijn vier P's: product (beoogde gedrag), prijs (kosten en inspanningen die men moet betalen of genot dat men moet opgeven), plaats (bereikbaarheid en beschikbaarheid van hulpmiddelen) en promotie (reclame voor het ander gedrag). In het 7E-model worden de vier P's opgenomen in een uitgebreider model van 7E-hefbomen (zie verder).

Een laatste punt dat zowel commerciële als sociale marketing kenmerkt is de aanwezigheid van **concurrentie**. In sociale marketing kent men eveneens concurrerend ander gedrag. In het geval van toekomstig ruimtelijk beleid is de verkaveling de concurrentie. Essentieel is te weten wat mensen aantrekkelijk en niet aantrekkelijk vinden, aan zowel het gewenst gedrag als het concurrerend gedrag. De bedoeling is vervolgens om aan marketing van gewenst gedrag te doen en aan démarketing van het concurrerend en minder gewenst gedrag. Men moet zorgen dat men niet weggeconcentreerd wordt door een gedrag dat meer (netto)-voordelen oplevert voor het individu<sup>9</sup>.

## 7.1.2. VERSCHILLEN MET COMMERCIELE MARKETING<sup>10</sup>

Sociale marketing verschilt natuurlijk ook in vele kenmerken met gewone marketing. Deze kenmerken illustreren waarom sociale marketing nodig is voor het ondersteunen van beleid dat diep gewortelde maatschappelijke problemen wil aanpakken. De kenmerken zijn duidelijk toepasbaar op ruimtelijk rendement en duurzaamheid.

Het eerste verschil is dat er bij sociale marketing net geen vraag is naar wat men wil 'promoten'. Meer nog, er is zelfs een **negatieve vraag**, mensen staan er afkerig tegenover. Net zoals een groot deel Vlamingen niet staan te springen voor verdichting. Dit is een groot verschil met commerciële marketing, waar men zelden een product zal vermarkten waar geen vraag naar is. Bij sociale marketing is het doel net om vraag te creëren.

Sociale marketing gaat meestal over **thema's die gevoelig liggen of controversieel zijn**. Het betreft thema's die diep ingebed zijn in het persoonlijk leven van mensen. Het raakt hun overtuigingen, en vooral bij de mensen waarbij het huidige gedrag nog ver staat van het beoogde gedrag. Net zoals de verkaveling zeer diep geworteld zit in de cultuur en de geplogenheden van de maatschappij in Vlaanderen en sommige Vlamingen zeer defensief kunnen worden omtrent dit 'heilige goed'. Het is ook normaal, mensen staan hoe dan ook niet te springen voor verandering, laat staan voor structurele verandering zoals nodig voor het verhogen van ruimtelijk rendement. Mensen hangen sterk vast aan gewoontes en tradities en deze mentale frames trachten bij te sturen is niet eenvoudig. Sociale marketing biedt een manier van aanpak voor deze situaties.<sup>11</sup>

Bovendien spelen er bij sociale marketing vaak **onzichtbare voordelen**. Het is onzichtbaar of er is soms zelfs geen voordeel, maar het dient ter preventie van een nadeel. Bijvoorbeeld stoppen met roken zodat men geen kanker krijgt of een halt roepen aan verspreid wonen om een verkeersinfarct te vermijden. Een typisch voordeel van ruimtelijk rendement is de verminderde kost van kernverdicht wonen, maar het voordeel is onzichtbaar omdat de overheid de meerkost van verspreid wonen betaalt. Een ander typisch onzichtbaar voordeel is de verminderde voetafdruk zodanig klimaatverandering te temperen.

Vaak behoren de voordelen bij sociale marketing ook **niet tot het eigen voordeel**. Het voordeel is niet voor diegene die zijn gedrag verandert, maar bijvoorbeeld voor het milieu, voor verkeersveiligheid, etc. Dat maakt het eveneens moeilijker om mensen te overtuigen hun gedrag te veranderen.

Alle bovenstaande kenmerken maken dat deze **veranderingen tijd kosten**. Sociale marketing vergt tijd. Ten laatste is kenmerkend dat er slechts een beperkt budget is. Er wordt dan ook zelden winst gegenereerd met het oplossen van maatschappelijke problemen, meestal moet daar net geld tegenaan gegooid worden. De budgetten voor het demotiveren van roken vallen bijvoorbeeld in het niets tegen de budgetten van de rook-lobby.

## 7.2. Sociale marketing: verandering start bij de mensen zelf

De overeenkomsten en verschillen tonen dat mensen overtuigen – tot gedragsverandering toe – geen sinecure is. Toch treedt er in een maatschappij soms een nood op om individueel gedrag te veranderen, want het onaangepast gedrag leidt tot kosten voor de maatschappij en de levenskwaliteit van iedereen leidt eronder<sup>12</sup>. Sociale marketing formuleert een aangepast antwoord voor dit soort problemen. De hamvraag is volgens sociaal deskundige John Beckers steeds dezelfde:

“Is er eerst een hartaanval nodig om uit eigen beweging gezonder te gaan leven, of kunnen we op tijd anders gaan leven en de hartaanval voorkomen?”<sup>13</sup>

Deze hamvraag doet sterk denken aan de wanhoop van Filip Canfyn, die dacht dat enkel een ‘crash’ van de ruimtelijke wanorde mensen zou aansporen bewust te worden van de ruimtelijke urgentie. De analogie tussen de ruimtelijke problematiek en sociale marketing is opnieuw snel gemaakt. Volgens sociale marketing is er wel degelijk een manier om mensen op tijd te laten veranderen. Bovendien werd bij de respondenten vastgesteld dat ook ruimtelijke wanorde een gevolg is van individuele beslissingen en dat er een noodzaak is om in te grijpen op individuele keuzes. Dag in, dag uit maken mensen beslissingen over de toekomst van de ruimte, zonder dat daar ooit een participatief proces aan te pas komt of zonder dat een vergunningsprocedure aan de orde is. De overheid kan weliswaar verplichten dat bepaalde dingen niet meer zullen kunnen, maar de vraag is of dat dit het meest gewenste verloop is, gezien de zeer complexe en gevoelige aard van dit soort ‘verplichtingen’. Een andere mogelijkheid en zoals sociale marketeers zeggen een betere optie, is om de veranderingen vanuit de mensen zelf te laten komen. Sociale gedragsverandering moet volgens sociale marketing **op vrijwillige basis** gebeuren<sup>14</sup>. Sociale marketing beaamt dus dat het realiseren van duurzame verandering begint bij het inspelen op de vraagzijde en minder op de aanbodzijde. Mensen moeten willen veranderen. Er moet een vraag zijn. Dat is de grootste garantie op duurzame verandering. De verandering moet bottom-up gebeuren, maar de overheid kan wél een handje toesteken met behulp van sociale marketing. Dit komt overeen met wat verschillende respondenten suggereerden.

### 7.2.1. VOORBIJ DE BETUTTeling

Gezien marketing en overtuiging al snel associaties oproepen van beïnvloeden, manipulatie en indoctrinatie, moet duidelijk zijn dat sociale marketing niet gelooft dat gedrag éenzijdig opgelegd kan worden. Bij sociale marketing ziet men de mensen voor vol aan en beseft men dat moderne mensen niet meer gedwongen of verleid kunnen worden om dingen te doen die ze eigenlijk niet zelf willen. Of men dat dan betuttelend vindt of niet, is eigenlijk niet relevant. Sociale marketing draait om effectiviteit. De interventies moeten leiden tot meer gewenst gedrag. Sociaal deskundige John Beckers vat het als volgt samen:

“Effectieve interventies bieden mensen proposities die ze aantrekkelijk, verstandig of realistisch vinden, de moeite waard en op hen van toepassing, en die ze in overweging willen nemen en willen uitproberen. Interventies die deze eigen interpretatie, eigen afweging en eigen regie van mensen niet onderkennen komen niet verder dan de truttigheid van het opgeheven vingertje.”<sup>15</sup>

De essentie is dat het individu steeds meester blijft over zijn eigen keuzes. De kunst is net om te zorgen dat mensen het gewenst gedrag zelf willen. Dus geen poster uithangen waarop staat wat wel en niet mag, maar de achterliggende mentaliteit veranderen. Sociale marketing biedt een methode om sociale interventies te realiseren zonder betutteling.<sup>16</sup>

## 7.2.2. INDIVIDU STAAT CENTRAAL

Als de essentie van sociale marketing is dat verandering begint bij de mensen zelf, is het maar logisch dat de **'klant' of het 'individu' centraal moet staan**. De reden dat veel klassieke sensibiliseringscampagnes weinig effect hebben is dat ze te ondoordacht zijn en te weinig rekening houden met wat het individu bezig houdt. Sommige campagnes negeren het individu zelfs volledig. Sociale marketing daarentegen is door en door klant georiënteerd. 'Doelgroep, doelgroep, doelgroep!', zegt men weleens.<sup>17</sup> Een succesvolle campagne vraagt een correcte segmentering en een diepgaande kennis van de doelgroep(en). Men moet tot in het detail weten wat een bepaalde doelgroep belangrijk vindt, voor welke normen en waarden hij staat, wie zijn keuzes beïnvloedt, wat de perceptie is van de voor- en nadelen van het huidige gedrag, wat hem weerhoudt van het andere gedrag, etc. Sociale marketing begint bij de erkenning dat elk gedrag – hoe onverstandig of onwenselijk dan ook – zijn reden heeft. Deze kennis moet achterhaald worden. Op die manier kan men per doelgroep een eigen benadering ontwikkelen die de doelgroep zal aanspreken, zodoende thuis te kunnen komen, aldus John Beckers:

“De kans op een succesvolle campagne – die de klanten ertoe brengt uit zichzelf te kiezen voor ander gedrag – is het grootst als deze precies past bij waar een klant op dit moment is, wat hij wil en wat hij kan, in zijn leven, binnen zijn omgeving – en een voordeel oplevert dat hij persoonlijk de moeite waard vindt.”<sup>18</sup>

Oswald Devisch gelooft dat de cultuurverandering voor ruimtelijk rendement vooral interactie tussen individu's zal vereisen en in afgebakende groepen zal moeten gebeuren, overeenkomstig de principes van capaciteitsopbouw. Sociale marketing biedt alvast een alternatief antwoord op deze visie. In sociale marketing is men er wel van overtuigd dat diepgaande verandering bij grote maatschappelijke groepen gestimuleerd kan worden door net te vertrekken vanuit het individu. Men hecht in sociale marketing overigens niet alleen belang aan het individu, maar ook aan de sociale omgeving van het individu. Sociale factoren spelen dus wel een belangrijke rol in sociale marketing.

## 7.3. Sociale marketing en 7E-model: omkadering voor een effectieve communicatiecampagne

### 7.3.1. MEER DAN ENKEL COMMUNICATIE

Klassieke sensibiliseringscampagnes blijven vaak **te simplistisch**. De inzet is te klein voor de té grote verwachtingen en de té korte termijn waarbinnen verandering gerealiseerd moet worden. Sociaal deskundige John Beckers verwoordt het als volgt:

“Alleen al de contactfrequentie – hoe vaak en hoe intensief iemand uit de doelgroep iets kan merken van een campagne – staat in geen verhouding tot de massieve aanwezigheid van allerlei gewoontes en dagelijkse andere invloeden die het oude gedrag juist bevorderen.”<sup>19</sup>

Bovendien komt de boodschap ook gewoon vaak niet binnen. Men heeft al langer bewezen dat communicatie die niet overeenkomt met iemands denkbeelden, normen en waarden minder kans heeft om opgemerkt en verwerkt te worden door die persoon. Dit noemt men *cognitieve dissonantie*.<sup>20</sup> Mensen nemen selectief waar. Daarnaast zijn campagnes nog te vaak gericht op de doelgroep zelf en hebben deze te weinig aandacht voor de dagdagelijkse omgeving. Bijvoorbeeld sensibilisering gericht op kinderen om gezondere voeding te stimuleren zullen weinig effect hebben indien men op school snoepgoed kan krijgen. Campagnes die **omgevingsfactoren** negeren, staan te weinig stil bij de uitdagingen voor het stellen van ander gedrag en zo'n campagnes hebben dan ook weinig kans op succes.<sup>21</sup>

Sociale marketing gaat er dan ook vanuit dat communicatie alleen nooit voldoende zal zijn. Dit sluit aan bij verschillende respondenten die beweerden dat men er met communicatie alleen niet zou komen. Er zijn verschillende manieren om mensen te overtuigen tot gedragsverandering. **Communicatie moet dan ook volgens sociale marketing ondersteund worden door een reeks van andere maatregelen** om een zo groot mogelijke impact te hebben. Sociale marketing en commerciële marketing kunnen dan ook nooit op één lijn gezet worden met louter promotie. Ook commerciële marketing die effectief wil zijn, kan niet beperkt zijn tot het louter verkopen van iets zonder de noden van de klanten in acht te nemen<sup>22</sup>. Herinner de marketingmix: product, prijs, plaats en promotie. Ook in sociale marketing moet een geïntegreerde benadering gebruikt worden. In het 7E-model gaat men uit van een noodzakelijke mix van 7E-hefbomen: Experience, Engage, Enthuse, Enable, Enlighten, Exemplify en Encourage (zie verder). Hoe meer hefbomen toegepast worden, hoe groter de kans op effecten. Sociale marketing is dus een veel ruimer begrip dan louter communicatie of sensibilisering.

### 7.3.2. LANGZAAM VERANDERINGSPROCES<sup>23</sup>

De ingrijpende verandering – die sociale marketing wil realiseren – kan bovendien niet zomaar gestimuleerd worden met een enkelvoudige of eenvoudige communicatiecampagne omdat de verandering zodanig ingrijpend is in het leven van mensen dat deze nooit in één stap bereikt kan worden. **Mensen groeien naar zo'n verandering toe**. Het gebeurt in stapjes. Op basis van onderzoek heeft men een model kunnen bepalen dat beschrijft hoe mensen – als ze erin slagen – tot gedragsverandering komen. Mensen doorlopen een aantal verschillende fasen om uiteindelijk tot gedragsverandering te komen<sup>24</sup>. In het 7E-model beschrijft men dit met zeven posities waarin het individu zich kan bevinden ten opzichte van het gedrag.



Figuur 7.2: overzicht van de verschillende posities (midden) en bijhorende sleutels (links) en drempels (rechts), rondom staan de 7E-hefbomen

## ONWETEND

“*Ignorance is bliss.*” In deze positie zijn mensen zich niet of amper bewust van een probleem. Typisch gebruikt men ook foute info. In deze fase moet men vooral werken aan bewustmaking (van gewenst gedrag, van voordelen ervan, van nadelen van huidig gedrag) met behulp van informatie, inzichten en voorbeelden. Boodschappen worden daarbij niet *at random* verzonden, maar afgestemd op wat de doelgroep beweegt en bezig houdt. Sociale marketing wil mensen niet op opdringerige wijze overvallen en zet daarom vooral in op natuurlijke situaties en kansen. De informatie moet zachtjes aangebracht worden. Zelfs dan nog werkt de informatie vaak ontkenning en weerstand op. Informatie verpakken in entertainment tot infotainment kan helpen om te vermijden dat mensen dichtklappen. Men gaat best belevingsgericht begeistere en informeren (Enthuse en Enlighten).

## BEWUST

“Ja, en?”. Men is bewust, maar nog niet bezorgd. Men is vooral bezorgd om eigen zaken, maar niet die van anderen of de grote wereld. Vaak kent men de oplossing, maar vindt men die voornamelijk geschikt voor anderen, bij zichzelf ziet men het probleem niet. Empathie stimuleren kan helpen. Men kan het individu proberen te betrekken aan de hand van storytelling-technieken zoals verwondering en identificatie (Enthuse). Hier moet men opletten met beloningen (Encourage), deze kunnen achterdochtigheid opwekken. Dit kan wel opgevangen worden door duidelijkheid en resolutie over de doelstellingen van het beleid (Exemplify).

## BEZORGD

“Los maar op!” Het individu voelt zich bezorgd, maar onschuldig. De zonden van de wereld mogen niet op de kleine man afgewenteld worden. Deze onschuld wordt best niet gecounterd met de terechtwijzing van schuld, maar met sociale betrokkenheid. Men kan sociale druk en het sociaal draagvlak inzetten (Engage). Vaak spelen ook conflicterende waarden een rol: het is belangrijk, maar er zijn andere zaken nog belangrijker. Het is zaak om de waarden die het gedrag ondersteunen te doen stijgen in de achting van het individu. Men kan de bezorgdheid doen stijgen door de eigen waarden en dromen in beeld te brengen (Enthuse).

## INZICHT

“Ik kan niet helpen, vrees ik.” Het individu is bezorgd geworden over de nadelen van het huidige gedrag, maar dat is nog niet van die aard om nu al gedrag te willen of kunnen veranderen. Het is inzicht zonder aanstalten. Men is nog niet voldoende toegelegd op het maken van verandering of het kan niet omwille van externe omstandigheden. Excuses van tijd, geld, moeite en statusverlies worden vaak gebruikt in deze positie. In deze positie is het zaak om de oplossingen zo tastbaar en haalbaar mogelijk voor te stellen. Men moet concrete en aantrekkelijke voorbeelden naar voren schuiven (Enlighten en Enthuse). Ook incentives bieden (Encourage) en het sociale voorbeeld (Engage) worden belangrijk. Het gewenste gedrag moet zo laagdrempelig mogelijk zijn.

## INTENTIE

“Ik wil wel helpen maar...”. Het individu heeft voorgenomen het gedrag te veranderen en bereidt de maatregelen voor. Het gedrag zelf is nog niet veranderd, maar dat is wel de bedoeling in de nabije toekomst. Vaak zijn er nog financiële en psychologische drempels die in de weg staan. Er is nog te sterk concurrerend gedrag of concrete hinder of men hangt vast aan gewoontes of gemak. In deze fase moet men trachten de drempels weg te nemen of zo klein mogelijk te maken. Het kan helpen steun in de omgeving te voorzien (Engage en Exemplify) en om de druk te verlagen via incentives (Encourage). Het is vanzelfsprekend dat het gedrag überhaupt mogelijk moet zijn. De externe omstandigheden moeten geoptimaliseerd worden. De toegang ertoe moet verzekerd zijn (Enable).

## TASTGEDRAG

“Was dat het nu?” Het gedrag verandert werkelijk, maar het gedrag is nog niet geconsolideerd. Men is nog onzeker. Omdat de kans op terugval groot is, moet men in deze fase de verandering krachtig bevestigen en ondersteunen (Engage en Exemplify). De doelgroep moet aandacht en feedback krijgen zodat men kan doorgroeien naar de laatste positie. Uiteraard is het van belang dat het gedrag positief ervaren wordt (Experience).

## VAST GEDRAG

“Ik doe dat gewoon.” Het gedrag wordt vanzelfsprekend voor de doelgroep. De doelgroep kan dan als voorbeeld ingezet worden om de voordelen van het nieuwe gedrag extra te benadrukken. De primaire doelgroep wordt zo een secundaire doelgroep die andere doelgroepen motiveert en helpt over te schakelen op het andere gedrag (Engage). Feedback, zingeving en beleving blijven belangrijk. De beleving van het gedrag moet positief blijven of nog positiever worden (Experience) en het gemak kan nog steeds verbeterd worden (Enable). Het stellen van het gedrag kan een motivator zijn, maar ook een hindernis. Negatieve ervaringen of gebrek aan steun kunnen tot terugval leiden.

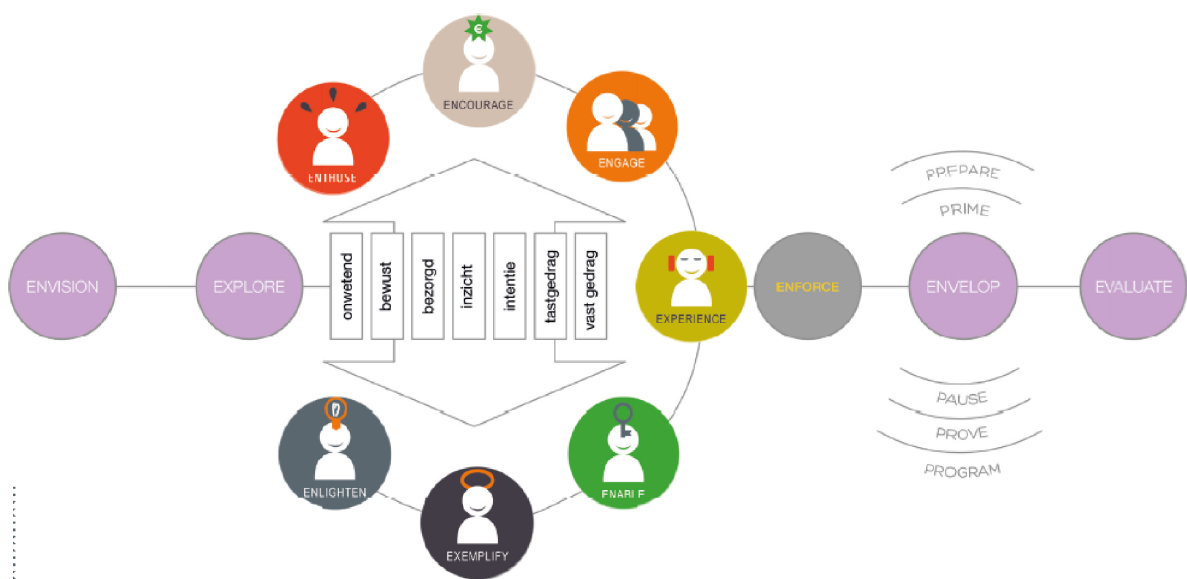
Per doelgroep moet dus uit onderzoek blijken in welke positie de individu's zich bevinden en moet men in functie daarvan een aangepaste sociale marketingcampagne uitbouwen. Men moet **steeds alle mogelijke 7E-hefbomen overwegen en de meest geschikte(n) kiezen**. Hierboven werd kort gesuggereerd wat de nodige maatregelen zijn per positie. Bovendien is het proces van gedragsverandering niet per se een rechtlijnig parcours. Mensen proberen, falen, twijfelen, stoppen, proberen opnieuw, etc. Belangrijk om te onthouden is dat dit een langzaam proces is, bestaande uit verschillende stappen. Men kan dus niet meteen doorstromen naar de intentie en mensen laten proberen doen wat er gedaan moet worden. Mensen moeten eerst hun eigen overtuiging opbouwen om de volgende posities aan te kunnen. Dit bevestigt overigens dat **externe druk niet**

**werkt.** Iemand die vermagert, niet omdat hij dat zelf wil, maar omdat zijn partner dat wil, zal hier niet in slagen. “Gedrag is van mensen zelf en dat verandert alleen als die mensen zelf dat echt willen.”<sup>25</sup> Dwingen, manipuleren, beleren is dus niet bijzonder effectief. Externe druk kan wel werken, zoals bijvoorbeeld controle en toezicht op hardrijden, maar het gewenste gedrag stopt dan onmiddellijk als de controle verdwijnt.<sup>26</sup> Het werkt vooral het succes van flitspaaldetectoren in de hand.

Verschillende elementen die de respondenten verklaarden, komen hier terug. Het feit dat mensen eerst bewust gemaakt moeten worden van het probleem, komt overeen met de verschillende posities van onwetendheid, bewustzijn en bezorgdheid. Men moet blijven werken aan de bewustmaking en betrokkenheid van het individu, ook al zullen veel mensen tegen de haren gestreken worden. Het proces tot inzicht bestrijkt vaak jaren. De bewustmaking heeft veel tijd nodig. Men moet blijven herhalen, zoals verschillende respondenten benadrukten. Uiteindelijk zal het effect hebben, het proces duurt nu eenmaal jaren. Men moet echter wel rekening houden met de 7E-hefbomen, zodat het op een goede manier gebeurt.

### 7.3.3. GEÏNTEGREERDE BENADERING VOOR VERANDERING

Sociale marketing is geen wondermiddel voor plotse cultuurverandering. Vanwege het langzaam veranderingsproces – waarbij men in stapjes tot verandering komt – is bij sociale marketing geen enkelvoudige of eenvoudige communicatiecampagne nodig, maar is een systematische, doelgerichte en consistente benadering nodig over een lange periode. In marketing gebruikt men deze benadering al langer en wordt het de marketingcyclus genoemd.<sup>27</sup> In het 7E-model heeft men dit lichtjes aangepast en een andere naam gegeven. Volgens het 7E-model moet de campagne een continu proces doorlopen waarin men achtereenvolgens zorgt: dat een precies doel wordt bepaald (Envision), dat er wordt geanalyseerd (Explore), dat hefbomen worden bepaald (7E-design), dat overige actoren (rond de doelgroep) worden betrokken (Envelop) en dat er wordt geëvalueerd (Evaluate). De bedoeling is dat men de campagne op die manier blijft bijsturen en verbeteren. Deze 4 ‘proces’-E’s vullen de 7E-hefbomen aan en vergroten volgens het 7E-model de kans op een succesvolle sociale marketingcampagne (zie Figuur 7.3).<sup>28</sup>



Figuur 7.3: prinsipeschema van het 7E-model met de 4 ‘proces’-E’s in de paarse bollen, de 7E-hefbomen in gekleurde bollen en de 8<sup>e</sup> minder geschikte hefboom ‘Enforce’ in een grijze bol (12 E’s in totaal)



In België is de BOB-campagne van het BIVV het bekendste en meest succesvolle voorbeeld van sociale marketing. Men is er in geslaagd om 'BOB zijn' tot norm te verheffen. Dit was niet te danken aan één campagne, maar aan een langdurig veranderingsproces dat door volharding, opvolging en meerdere succesvolle interventies een blijvend effect heeft gecreëerd. Eveneens was het niet het gevolg van louter communicatiecampagnes, maar allerlei gecombineerde maatregelen zoals verhoogde politiecontroles, samenwerking met het openbaar vervoer, materiële stimuli zoals de BOB-sleutelhanger, etc (zie Figuur 7.4).<sup>29</sup> Aan de hand van dit voorbeeld is eveneens duidelijk hoezeer communicatie samenhangt met beleid zelf. Dit is het uitgangspunt van het 7E-model: "beleid is communicatie is beleid"<sup>30</sup>. Sterk beleid heeft communicatie nodig om het beleid te realiseren op terrein, maar communicatie wordt pas effectief als het ondersteund wordt door extra maatregelen die vaak oorsprong vinden in het beleid.



Figuur 7.4: één van de posters uit de BOB-campagne van het BIVV

Om te tonen dat een geïntegreerde benadering nodig is – ook bij het beïnvloeden van woongedrag en woonkeuze – biedt de studie van Meeus en De Decker over de kracht van het suburbaan woonideaal inzicht<sup>31</sup>. Zij hebben de verschillende factoren vastgelegd die het 'dynamisch individueel woonideaal' beïnvloeden (zie Figuur 7.5). Het woonideaal vertrekt altijd vanuit de ouderlijke woonomgeving. Dit woonideaal wordt vervolgens gaandeweg bijgeschaafd door eigen woonervaring. Maar ook de omgeving speelt een belangrijke rol. Zo is de dagdagelijkse ruimte een 'marketingmachine'. Wat men dagelijks ervaart in de ruimte beïnvloedt het woonideaal van het individu. Andere omgevingsfactoren, zoals de mensen rondom ons – denk aan partners of familieleden – beïnvloeden het keuzeproses. Ook de heersende woonidealen in de maatschappij met het daaraan gekoppelde belang van status hebben een impact op de woonkeuze. Ze kunnen ons 'betoveren'. Ten laatste spreken Meeus en De Decker over een 'beeldvormingsmachine'. Mensen worden continu blootgesteld aan commerciële beïnvloeding die het individu eveneens tracht te 'betoveren'. Deze beeldvormingsmachine wordt aangestuurd door "een veelheid aan marketing, reclame, advertenties, beurzen, magazines en zoekmachines"<sup>32</sup>, zowel over wonen op het platteland, als sleutel-op-de-deur woningen en nieuwe binnenstedelijke ontwikkelingen. De beeldvormingsmachine oefent een extra invloed uit op het individu bij zijn woonkeuze. Als men begrijpt hoeveel factoren een rol spelen in de woonkeuze, ziet men ook in dat een geïntegreerde aanpak vereist is. Men moet op zoveel mogelijk factoren inspelen om op een effectieve manier de woonkeuze bij te sturen. Dit is exact waar sociale marketing om draait.

De studie van Meeus en De Decker beaamt verder dat opvoeding of educatie sterk bepalend is voor het individueel gedrag. Het woonideaal vertrekt vanuit de woonomgeving die men als kind heeft ervaren. Hieraan kan een sociale marketingcampagne uiteraard niets meer veranderen eens de opvoeding heeft plaatsgevonden. Het belang van opvoeding voor gedrag is reeds vastgesteld door gedragswetenschappers<sup>33</sup>. Preventie is beter dan remedie. Door kinderen meteen duurzaam gedrag aan te leren, bespaar je heel wat moeite. Eenmaal niet-duurzaam gedrag aangeleerd is, is het echter zeer weerbarstig voor verandering. Zo suggereert Louis Albrechts in het interview om in te zetten op een duurzaam ontworpen schoolomgeving waarbij men niet tot aan de deur van de school wordt afgezet met de auto. Volgens hem is het belangrijk om al aan kinderen te tonen dat het op een andere manier kan. Albrechts' suggestie gaat voort op de idee dat opvoeding sterk bepalend is voor gewoontegedrag.



Figuur 7.5: factoren die het dynamisch individueel woonideaal beïnvloeden volgens Meeus & De Decker

## 7.4. 7E-model: 7E- hefbomen

Gezien sociale marketing en het 7E-model beantwoorden aan de noden en bezorgdheden die zich omtrent brede communicatie en sensibilisering over Vlaams ruimtelijk beleid stellen, wordt in dit deel dieper ingegaan op het 7E-model. De 7E-hefbomen van het 7E-model vormen de essentie van dit model. Dat zijn de werkelijke sleutels waarmee men individu's kan overtuigen tot gedragsverandering. In 7.3 werd duidelijk dat communicatie een omkadering nodig heeft van andere maatregelen om effectief te zijn. Een mix van 7E-hefbomen – afgestemd op de positie van de doelgroep – is noodzakelijk om effectief te communiceren en gedrag bij te sturen. Dat gewenst gedrag uitlokken meer vraagt dan louter communiceren of sensibiliseren wist men natuurlijk al langer. Klassieke instrumenten om beleid te realiseren zijn de volgende: straffen (wet- en regelgeving verzekerd door handhaving en controle), belonen (subsidies of belastingvoordelen) en sensibiliseren (informatieverspreiding). Ook wel **de zweep, de wortel en de preek** genoemd (zie Figuur 7.6).<sup>34</sup>



Figuur 7.6: illustratie van de wortel, de preek en de zweep

Het 7E-model transformeert deze klassieke instrumenten naar 7E-hefbomen. Nieuwere gedragswetenschappelijke inzichten hebben namelijk aangetoond dat de klassieke instrumenten dringend verder aangevuld moeten worden. De klassieke instrumenten gaan er te veel van uit dat mensen altijd rationele wezens zijn die wikken en wegen wat de voor- en nadelen van bepaald gedrag zijn. “Was het maar zo eenvoudig. Dan had niemand overgewicht, zou iedereen zich aan de snelheidslimieten houden en mochten sigarettenfabrikanten hun boeken sluiten.”<sup>35</sup> Volgens gedragspsychologen kiezen we veel vaker onbewust dan doordacht, we kiezen impulsief, automatisch en gewoontegetrouw. Onbewust kiezen gebeurt bovendien vooral wanneer het gewenst gedrag en de gevolgen ervan ver van elkaar liggen. “Als dat gedrag ook nog eens lastig is, nauwelijks feedback oplevert, de mogelijke winst discutabel is of onze bijdrage onmeetbaar klein, dan trekt het ons niet aan.”<sup>36</sup> Dit toont de noodzaak om de klassieke instrumenten aan te vullen, vooral bij sociale veranderingscampagnes. De gedragswetenschappers kwamen ook met oplossingen. Enerzijds kan de rationaliteit aangezwengeld worden, zodat de klassieke middelen effectiever worden. Anderzijds bewezen de onderzoekers dat maatregelen – die vaak als bijkomstig beschouwd worden – zoals verwoording, terminologie, gebruiksvriendelijkheid en toegankelijkheid misschien zelfs belangrijker zijn dan de klassieke instrumenten, net omdat we vaker intuïtief en automatisch reageren. Men kan gaan inspelen op deze onbewuste reflexen, zonder dat dit neigt naar manipulatie (ook wel ‘nudging’ genoemd). Het 7E-model integreert deze inzichten allemaal in de 7E-hefbomen en geeft aanleiding tot een up-to-date geïntegreerde aanpak om het gedrag van mensen bij te sturen.<sup>37</sup>

## 7.4.1. 7E-HEFBOMEN: NIET-DWINGENDE MANIEREN OM TE OVERTUIGEN<sup>38</sup>

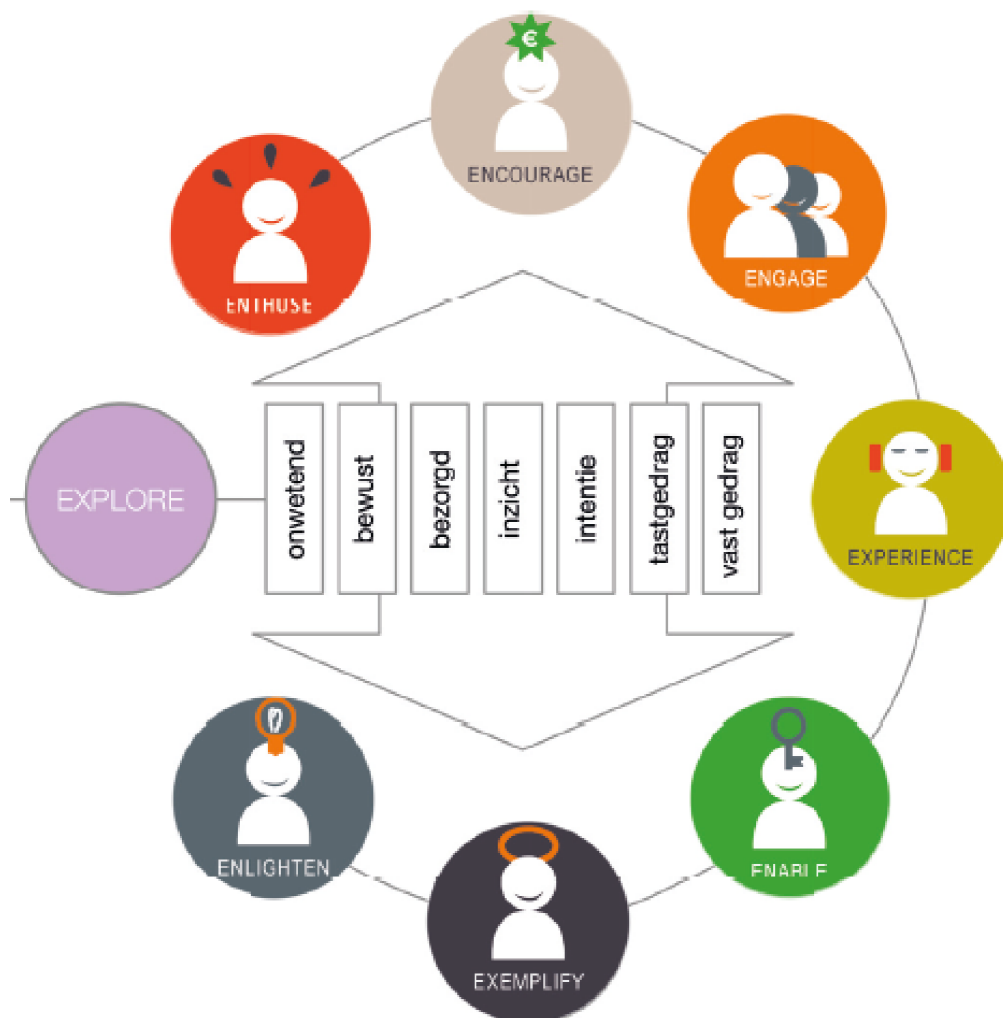
Het 7E-model bestaat uit een – misschien iets te agressief klinkend - 'BOM'-pakket om mensen te overtuigen. Het pakket bestaat uit zeven hefboomen die men al als volgt kan verdelen (zie Figuur 7.7)<sup>39</sup>:

**Motiveer:** Enthuse (interne motivatie), Encourage (externe motivatie), Engage (sociale motivatie)

**Ondersteun:** Enlighten (met info), Exemplify (met beleid en maatregelen), Enable (met hulpmiddelen)

en vooral, laat **Beleven:** Experience (intrinsieke gedragswaarde: positieve beleving en ervaring)

Men moet steeds alle hefboomen overwegen en de meest geschikte(n) uitkiezen in functie van de positie waarin het individu zich bevindt (die in de 'Explore'-fase van het continue proces verkend wordt). De onderzoekers verkiezen ook een bepaalde volgorde waarin men best de hefboomen overweegt. Deze volgorde wordt hieronder gehanteerd bij het beschrijven van de hefboomen.



Figuur 7.7: in de Explore-fase gaat men posities bepalen (midden) en bijhorende 7E-hefbomen ontwerpen (rondom)

## EXPERIENCE

Gedrag stimuleren begint bij het gedrag zelf. Het gedrag dat het beleid stimuleert, moet **zinnig zijn en zinvol aanvoelen**. Laat het gedrag positief beleven en ervaren, zodat het individu kan zeggen “het gewenste gedrag valt best mee”. Een positieve beleving wanneer het gedrag gesteld wordt, is essentieel. Beleving is de leermeester van alle dingen, net zoals Filip Canfyn zei, mensen leren het best door ervaring. Ook Meeus & De Decker stellen vast dat het woonideaal in de eerste plaats wordt bijgesteld door nieuwe woonervaringen.

## ENGAGE

Deze hefboom gaat uit van het belang van sociale motivatie. Het gedrag moet **sociaal aanvaardbaar** gemaakt worden en kan zelfs tot **sociale norm** opgetild worden. Men moet tonen dat een groep het gedrag al stelt en duidelijk maken dat een relevant deel van de omgeving het gedrag ondersteunt. Hierbij is het belangrijk om bewust om te gaan met bepaalde **sociale netwerken** en beïnvloeders te overtuigen achter het gewenste gedrag te staan.

## ENTHUSE

Natuurlijk gaat het overtuigen van mensen over **enthousiasmeren**. De interne motivatie moet aangewakkerd worden. Men moet het individu goesting geven. Men moet bruggen bouwen, linken leggen, het persoonlijk maken. Het individu moet ervaren dat het gedrag aansluit bij zijn persoonlijke waarden, normen en zelfbeeld. Dit betekent niet zomaar een “vind ik leuk”, maar moet eerder zijn “dit heb ik nodig” of “hier word ik enthousiast van”.

## ENABLE

Vanzelfsprekend moet het gedrag **mogelijk en makkelijk** gemaakt worden. Er mogen **geen drempels** zijn in de omgeving die het onmogelijk maken het gedrag te stellen. Gedrag stimuleren dat eigenlijk niet gesteld kan worden, wekt frustratie op. Het gedrag moet toegankelijk zijn.

## ENLIGHTEN

Het individu moet gewapend worden met kennis. Men moet de **nodige vaardigheden en kennis** geven om het gedrag te kunnen stellen. Kennis is belangrijk, maar men moet zorgen dat de informatie steeds zo **helder en bruikbaar** mogelijk is. We worden al te veel overspoeld met informatie dus: zorg dat de informatie zo eenvoudig mogelijk is, zo veel mogelijk structuur heeft, zo concreet mogelijk is, zo aantrekkelijk mogelijk is, zo persoonlijk mogelijk en steeds de meest efficiënte informatie is.

## EXEMPLIFY

Deze hefboom vat het belang van **vertrouwen**. Bij overtuiging is het essentieel dat de boodschapper te vertrouwen is. Dat doet men door te **bewijzen dat het menens is**, niet alleen met woorden, maar ook met daden. Men kan vertrouwen wekken door zelf het voorbeeld te geven, door een consistent en consequent beleid te voeren en door de persoonlijkheid van de beleidsmaker. Men moet het voortouw nemen, zoals het een leider betaamt.

## ENCOURAGE

Deze hefboom komt overeen met de **wortel** uit de klassieke instrumenten. Men kan **externe motivatie** creëren, een voordeel bieden dat op zich niets met het gedrag te maken heeft, maar toch het individu kan stimuleren. Deze hefboom mag echter **niet de eerste toevlucht** zijn, het gedrag is best zo aantrekkelijk mogelijk zónder incentives. Het kan wel als laatste duwtje werken en is dan ook vaak een effectief instrument als het voordeel goed gekozen is.

## 7.4.2. 8<sup>E</sup> HEFBOOM: ENFORCE

Één van de klassieke instrumenten om gedrag bij te sturen is wet- en regelgeving. Dit is een maatregel die de overheid kan gebruiken, maar die in de commerciële marketing natuurlijk niet mogelijk is.<sup>40</sup> Men gaat de zweep gebruiken en mensen verplichten tot ander gedrag. Men gaat eigenlijk het omgekeerde van Encourage doen: straffen door verlieslijdende motivatie te laten voelen. Deze maatregel vult sociale marketing aan, maar in het 7E-model valt deze hefboom wel buiten de 7E-hefbomen. De 7E-hefbomen zijn allemaal niet-dwingende maatregelen. De keuze blijft vrij, maar het keuzeproces wordt geoptimaliseerd. Wetten en regels zijn echter dwingend en deze achtste hefboom, Enforce, is daarom ook de minst aantrekkelijke hefboom. Verplichten en verbieden kan weerstand opwekken, want er worden alternatieven afgesloten. Démarketing van concurrerend gedrag valt hier ook onder. Gedragsverandering heeft – zoals reeds gezegd – meer kans op slagen als het niet gedwongen wordt van buitenaf, maar door het individu zelf nagestreefd wordt. Natuurlijk kunnen veranderingen in wet- en regelgeving belangrijk zijn, maar vooral om te tonen dat het beleid het menens is en dat is eigenlijk de Exemplify-hefboom. Men kan dus wel rekenen op handhaving, controle en de angst voor de wet om gedrag bij te sturen naar de wet, maar het wordt minder en minder geapprecieerd in een samenleving waar keuzevrijheid en zelfbeschikking centraal staan. Het zet kwaad bloed. Maatregelen met dwingend karakter zijn niet bevorderlijk voor de participatieve en gelijkwaardige relatie tussen burger en overheid.<sup>41</sup> Volgens het 7E-model wordt dus beter niet ingezet op Enforce, tenzij het echt nodig is.<sup>42</sup>

## 7.5. Nood aan sociale marketing in Vlaams ruimtelijk beleid

De waarschuwing van het 7E-model voor de 8<sup>e</sup> hefboom Enforce en een korte blik op de communicatie rond het BRV tonen waarom men in ruimtelijk beleid iets moet gaan leren van sociale marketing. Het Witboek BRV werd in de media aangekondigd als de ‘betonstop’. Niet alleen reduceerde deze communicatie de ambities van het BRV tot een betonstop, bovendien legde het de nadruk op totaal verkeerde plaatsen. Men legt de nadruk op een betonSTOP. Men gaat iets verbieden. “Oh nee!”, chaos en paniek alom. Het werd al snel duidelijk dat dit inderdaad geen strategische zet was. Het klinkt misschien sappig, maar het creëerde onnodige tumult. Bij de gemeenten werd men blijkbaar overspoeld met bezorgde inwoners die vragen hadden over deze vermeende betonstop. Een plan dat zoveel goeds zou betekenen voor leefbaarheid, gezondheid, mobiliteit en natuur, werd gereduceerd naar een stop op beton, waarbij veel mensen al snel de associatie maken met een bouwstop: “En onze mogelijkheden, rechten en vooruitgang dan?” Dit is dus niet de goede aanpak, men gaat de keuzevrijheid beperken en mensen schieten in paniek. Het laatste dat sociale marketing aanraadt om te doen, namelijk iets verbieden of verplichten, daar wordt dan in de communicatie over ruimtelijk beleid de nadruk op gelegd. Louter een andere term had al voor een totaal ander effect kunnen zorgen. Het 7E-model zegt dan ook letterlijk dat men voorzichtig moet zijn met de ‘mentale frames’ die men gebruikt bij het toepassen van de Enforce-hefboom, omdat er een belangrijk nuanceverschil is tussen ‘verbieden’ en ‘ontraden’.<sup>43</sup> De communicatie over de ‘betonstop’ toont duidelijk hoe men ook in ruimtelijk beleid iets kan of móet leren van sociale marketing, zodoende beter te gaan communiceren met het breed publiek en draagvlak voor ruimtelijk beleid te gaan verbreden in plaats van te saboteren.

Ruimtelijk beleid lijkt vaker veel te verwachten van de wet- en regelgeving voor het realiseren van beleid. Men overziet daarbij het belang van het individu en de noodzakelijke wil en steun van het individu voor het ruimtelijk beleid. Hoewel men in het Witboek beweert te willen sensibiliseren, is het proces van het BRV tot nu toe niet veelbelovend qua brede communicatie en sensibilisering. Het is van de start van het proces met de succesvolle campagne ‘Ruimte voor Morgen’ in 2011 geleden dat men zich richt naar de burger. Éénmalig participeren en breed communiceren met de burger is absoluut niet voldoende om een cultuurverandering te realiseren. Dat weet men in ruimtelijke planning en dat blijkt ook uit sociale marketing. Indien ruimtelijk beleid het menens is met de toekomst van de ruimte moet het nú beginnen met het stimuleren van de verandering bij de burger zelf. Aandacht voor de nodige aanpassingen in het ruimtelijk beleid zelf is natuurlijk ook belangrijk, maar men mag niet vergeten dat de brug ook van de andere kant gebouwd moet worden. Daar moet men óók al aan beginnen. En dat doet men nog niet. Men laat het draagvlak zijn eigen gangetje gaan en zo zal men niet zomaar tot een drastische cultuurverandering komen.

Als men eens kijkt naar hoe de suburbanisatie in het verleden is tot stand gekomen, ziet men eveneens dat verplichten niet nodig is. Eigenlijk was de suburbanisatie vanaf de jaren vijftig ook een soort sociale marketingcampagne. De christendemocraten hadden een bepaald woonmodel voor ogen – ze wouden vermijden dat iedereen naar de stad trok uit vrees voor socialisme – en hadden de omstandigheden zo geoptimaliseerd dat hun woonmodel waargemaakt werd, zonder dat er gedwongen werd. De suburbanisatie is dan ook voor een groot stuk gerealiseerd op particulier initiatief. Men had vanuit het beleid louter de keuze voor de verkaveling geoptimaliseerd, zodat veel mensen de mogelijkheid ertoe hadden en daar ook effectief voor kozen. Men had een nieuw woonmodel gecreëerd dat de mensen aantrekkelijk vonden, dat aansloot bij hun persoonlijke waarden van individualiteit en het gezinsleven en moderne wensen naar comfort en sanitair. Men ging het ontsluiten met de aanleg van wegen en later met de bedrijfswagens. Men ging het model stimuleren met incentives. Men voerde bovendien significante promotie vanuit het middenveld om de bevolking voor te lichten over een goede bouwcultuur en overtuigden mensen van de leef- en woonwijze met

behulp van allerlei middelen: van bouwbeurzen en kijkwoningen tot woonmagazines. Het model werd verspreid bij het breed publiek en het werd na enige tijd de sociale norm in verschillende lagen van de bevolking. Het zat bij wijze van spreken tot in het kleinste ding. Alle omstandigheden waren zo georganiseerd dat de keuze voor de verkaveling vanzelfsprekend werd. Heeft iemand ooit beweerd dat dit manipuleren was? Neen, men heeft gewoon geprobeerd de mensen te sturen naar een ander woonmodel, met succes. Dus kunnen we de a-suburbanisatie op eenzelfde manier proberen aanpakken? De verdichting in de kern op die manier sociaal vermarkten dat het via allerlei manieren mensen probeert te sturen naar de kern, zónder dat het gedwongen wordt?



## 7.6. Conclusie

Dat brede communicatie en sensibilisering een meerwaarde zou zijn voor ruimtelijk beleid, is ook vanuit de communicatiewetenschappen een zinnig uitgangspunt. De kracht van communicatie voor het realiseren van beleid mag niet onderschat worden. Klassieke sensibiliseringscampagnes zijn nog steeds nuttig, maar verschijnen in de modernere versie: sociale marketingcampagnes. Sociale marketing ondersteunt en begeleidt het individu in noodzakelijke maatschappelijke veranderingen. Daarbij is het volgens sociale marketing essentieel dat de verandering vanuit het individu komt in plaats van opgelegd van bovenaf. De verandering heeft zo meer kans op slagen. Daarom moeten er pogingen worden ondernomen om de vraag en het gedrag van de burgers zelf bij te sturen, zodanig dat ze de verandering zélf willen. Sociale marketing bevestigt zo dat er veel meer aandacht moet zijn voor het individu voor het realiseren van beleid waarbij diep geworteld gedrag en tradities van de burger moeten veranderen. Brede communicatie en sensibilisering worden echter ook genuanceerd door sociale marketing. Alleen zullen deze nooit voldoende zijn. Deze moeten versterkt worden door een reeks van andere maatregelen. Een combinatie van instrumenten en technieken kunnen gebruikt worden om een sociale marketingcampagne zo effectief mogelijk te maken. Sociale marketing bevestigt de conclusies uit Hoofdstuk 6: er is meer aandacht nodig voor het draagvlak bij de burger en de vraagzijde van het probleem en brede communicatie en sensibilisering zou daarbij nuttig zijn, maar er zijn eveneens andere maatregelen nodig.

Het 7E-model is een Vlaams model voor sociale marketing, waarin de meest recente kennis uit de gedragswetenschappen is opgenomen. Centraal in het model staan de 7E-hefbomen die een alomvattende en vatbare kapstok vormen om zo effectief mogelijk het individu te overtuigen. De kennis is er, dus waarom zou men ook in ruimtelijk beleid niet leren van de 7E-hefbomen om veranderingen in beleid te ondersteunen en het individu te overtuigen mee te stappen in het verhaal van ruimtelijk rendement? Tot op de dag van vandaag is te zien dat er zeer weinig gebeurt om de keuze voor de verkaveling te vermijden. Het ruimtelijk beleid laat het voorlopig over aan marktwerking, aan vraag en aanbod, zonder zelf veel in te grijpen. Er zitten wel ingrepen aan te komen met de ontwikkeling van het BRV, maar ruimtelijk beleid doet er alvast goed aan te beseffen dat er andere mogelijkheden zijn dan verplichten en verbieden om mensen tot verandering aan te zetten en dat het eigenlijk zelfs beter is om eerst daarop in te zetten. Het is belangrijk dat mensen hun keuzevrijheid behouden. Verplichting en verbod creëert altijd wrijving.

Hoe dan ook mag men niet vergeten dat participatie steeds belangrijk blijft, ook al doet men aan sensibilisering of sociale marketing, zoals gesteld in Hoofdstuk 6. Sociale marketing is geen excuus of manier om beleid top-down op te leggen. Het is alleen een manier om veranderingen in beleid – die participatief onderbouwd zijn – vlotter te realiseren door een verandering in houding en gedrag bij het individu te stimuleren aan de hand van sociale marketing. Deze thesis is alvast een pleidooi om aan actieve sociale marketing te doen voor het ondersteunen van ruimtelijk beleid in Vlaanderen. De keuze wordt dan ook gemaakt om verder te gaan met het 7E-model. Enkel de basis van het 7E-model werd hier toegelicht, aangezien de 7E-hefbomen uitgebreider zullen toegelicht worden in het laatste hoofdstuk van deze thesis. Daar zal dieper worden ingegaan op hoe men beter kan gaan communiceren over ruimtelijk rendement, en de 7E-hefbomen zullen hier van pas komen om richting te geven aan de antwoorden van de respondenten en om deze aan te vullen met tips en tricks uit de sociale marketing.

- 
- <sup>1</sup> Leen Lagasse, "Sociale marketing: instrument voor duurzame gedragsveranderingen bij grote groepen", in *Overheidscommunicatie in België – Een overzicht*. (Antwerpen - Apeldoorn: Garant, 2004), 95–105.
- <sup>2</sup> Ibid.; John Beckers, "Social marketing: veranderen doen mensen zelf", *Welzijn in de 21e eeuw*, januari 2009, <http://www.welzijn-21e-eeuw.nl/page/social-marketing-veranderen>.
- <sup>3</sup> Philip Kotler en Gerald Zaltman, "Social marketing: an approach to planned social change", *The Journal of Marketing*, 1971, 3–12, <http://www.jstor.org/stable/1249783>.
- <sup>4</sup> Lagasse, "Sociale marketing".
- <sup>5</sup> Fran Bambust, *Effectief gedrag veranderen met het 7E-model: Sociale marketing, meer dan een folder en een bussticker* (Brussel: Politeia, 2015).
- <sup>6</sup> Lagasse, "Sociale marketing".
- <sup>7</sup> Beckers, "Social marketing".
- <sup>8</sup> Ibid.
- <sup>9</sup> Lagasse, "Sociale marketing".
- <sup>10</sup> Beckers, "Social marketing".
- <sup>11</sup> Lagasse, "Sociale marketing".
- <sup>12</sup> Ibid.
- <sup>13</sup> Beckers, "Social marketing".
- <sup>14</sup> Lagasse, "Sociale marketing".
- <sup>15</sup> Beckers, "Social marketing".
- <sup>16</sup> Ibid.
- <sup>17</sup> Bambust, *Effectief gedrag veranderen met het 7E-model*.
- <sup>18</sup> Beckers, "Social marketing".
- <sup>19</sup> Ibid.
- <sup>20</sup> Bambust, *Effectief gedrag veranderen met het 7E-model*.
- <sup>21</sup> Beckers, "Social marketing".
- <sup>22</sup> Ibid.
- <sup>23</sup> Bambust, *Effectief gedrag veranderen met het 7E-model*; Lagasse, "Sociale marketing"; Fran Bambust, "Het 7E-model in vogelvlucht via de nieuwe 7E-prezi", *7E-model*, geraadpleegd 24 mei 2017, <http://7e-model.be/works/presentatie-het-7e-model-in-vogelvlucht-via-de-nieuwe-7e-prezi/>; Beckers, "Social marketing".
- <sup>24</sup> James O. Prochaska en Carlo C. Diclemente, "Stages and Processes of Self-Change of Smoking: Toward an Integrative Model of Change.", *Journal of Consulting and Clinical Psychology* 51, nr. 3 (1983): 390–95, doi:10.1037/0022-006X.51.3.390.
- <sup>25</sup> Beckers, "Social marketing".
- <sup>26</sup> Ibid.
- <sup>27</sup> Lagasse, "Sociale marketing".
- <sup>28</sup> Bambust, *Effectief gedrag veranderen met het 7E-model*.
- <sup>29</sup> Ibid.
- <sup>30</sup> Ibid., 20.
- <sup>31</sup> Meeus en De Decker, *De geest van suburbia*.

---

<sup>32</sup> Ibid., 132.

<sup>33</sup> Lagasse, "Sociale marketing".

<sup>34</sup> Bambust, *Effectief gedrag veranderen met het 7E-model*.

<sup>35</sup> Ibid., 21.

<sup>36</sup> Ibid.

<sup>37</sup> Bambust, *Effectief gedrag veranderen met het 7E-model*; Bambust, "Het 7E-model in vogelvlucht via de nieuwe 7E-prezi".

<sup>38</sup> Bambust, *Effectief gedrag veranderen met het 7E-model*; Bambust, "Het 7E-model in vogelvlucht via de nieuwe 7E-prezi".

<sup>39</sup> Bambust, *Effectief gedrag veranderen met het 7E-model*.

<sup>40</sup> Hans Hoeken, Jos Hornikx, en Lettica Hustinx, *Overtuigende teksten: onderzoek en ontwerp* (Bussum: Coutinho, 2009).

<sup>41</sup> Lagasse, "Sociale marketing".

<sup>42</sup> Bambust, *Effectief gedrag veranderen met het 7E-model*.

<sup>43</sup> Ibid.



# Hoe kan men beter communiceren over ruimtelijk rendement?

HOOFDSTUK 8  
OVERTUIGEN MET 7E'S



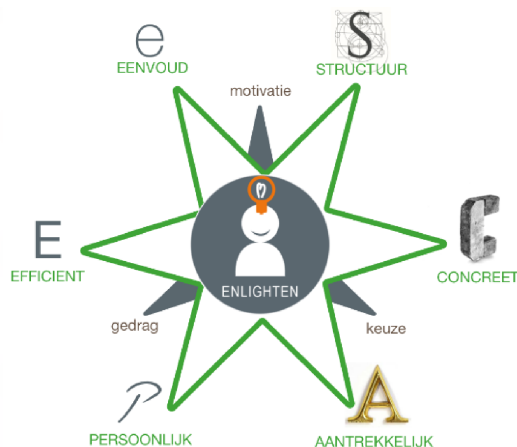
# Hoofdstuk 8

## Overtuigen met 7E's

**Inleiding.** In Hoofdstuk 6 en Hoofdstuk 7 werd vastgesteld dat communicatie en sensibilisering gericht op de individuele burger nuttig zou zijn, mits rekening te houden met de aandachtspunten vastgesteld in sociale marketing. In dit hoofdstuk wordt bekeken hoe de tips en tricks uit sociale marketing kunnen gebruikt worden om communicatie rond ruimtelijk beleid te verbeteren. De principes uit het 7E-model,<sup>1</sup> de 7E-hefbomen waarrond het model is opgebouwd, worden gebruikt als kapstok om de suggesties en vaststellingen van de respondenten aan op te hangen en zullen de antwoorden van de respondenten aanvullen. Het 7E-model dient normaliter om een concrete campagne op te starten, gericht op één of meerdere doelgroepen. Dat zal in deze thesis niet kunnen gebeuren, omdat daarvoor diepgaand doelgroepen-onderzoek nodig is en dat valt buiten de onderzoeksmogelijkheden van deze thesis. In de plaats daarvan worden de 7E-hefbomen gebruikt als een soort theoretisch kader om aan te tonen waar communicatie rond ruimtelijk rendement en duurzaamheid de mist in gaat en hoe het beter kan. Elke hefboom zal hierbij afzonderlijk behandeld worden, met in het bijzonder aandacht voor de hefbomen Enlighten en Enthuse. Deze zijn namelijk uitgebreid aan bod gekomen in de interviews. Ook in het 7E-model krijgen Enlighten en Enthuse bijna dubbel zo veel aandacht als de andere hefbomen. De overige hefbomen werden niet of significant minder besproken tijdens de interviews en worden voor de volledigheid kort toegelicht en aangevuld met een eigen reflectie. Het is niet de bedoeling om een categorische opdeling voorop te stellen. De 7E-hefbomen worden louter als kapstok gebruikt om een aantal uitdagingen en tips te formuleren. De onderverdeling is dus niet strikt en het zal ook duidelijk worden dat de hefbomen op verschillende plaatsen nauw met elkaar verbonden zijn. Uit deze analyse zullen enkele algemene principes voortvloeien om op een strategische manier mensen te overtuigen en effectiever te communiceren over ruimtelijk rendement.

## 8.1. Enlighten

Volgens het 7E-model moet het individu gewapend worden met inzicht. Men moet de **vaardigheden en kennis** geven die nodig zijn om het gewenste gedrag te stellen. Kennis is belangrijk, maar men moet ook zorgen dat de informatie steeds zo **helder en bruikbaar** mogelijk is. We worden al te veel overspoeld met informatie, dus: zorg dat de informatie zo eenvoudig mogelijk is, zo veel mogelijk structuur heeft, zo concreet mogelijk is, zo aantrekkelijk mogelijk is, zo persoonlijk mogelijk is en steeds de meest efficiënte informatie is.<sup>2</sup>



Figuur 8.1: schema van de Enlighten-hefboom uit het 7E-model

### ONVOLDOENDE KENNIS EN MISVATTINGEN

De hefboom Enlighten begint natuurlijk bij de vraag of er reeds voldoende 'kennis' is bij de individuele burger. Één respondent stelt expliciet dat er geen nood is aan meer kennis. Oswald Devisch benadrukt dat er al voldoende kennis is bij het individu en dat er vooral nood is aan capaciteitsopbouw. Oswald Devisch beschrijft het als volgt: "Ik denk echt dat mensen genoeg weten dat we niet ecologisch leven, dat we teveel de auto gebruiken."<sup>3</sup> Volgens hem moet er vooral interactie plaatsvinden tussen die individu's. Andere respondenten bevestigen dat er kennis is, maar denken wel dat **de kennis op bepaalde vlakken nog moet aangescherpt worden**. Zo zegt Jorg De Vriese:

"Ik denk niet dat er een gebrek aan kennis is bij de burger. De ruimtelijke vertaling van zijn kennis gebeurt gewoon niet altijd juist. Het is niet altijd duidelijk wat de directe impact is van hun leefwijze, wat hun ruimtelijke voetafdruk is in het verhaal."<sup>4</sup>

Duurzaamheid wordt nog vaak te nauw bekeken. De impact van mobiliteit en woonlocatie op de totale energieprestatie van het wonen is weinig gekend (zie ook 3.1). Er is dus een vertekend beeld van duurzaamheid in het wonen. In die mate zelfs dat er echt **misvattingen** ontstaan, aldus Joeri De Bruyn: "Die bouwen daar hun passiefwoning en die zeggen 'nul voetafdruk'. Dat is een arme misvatting."<sup>5</sup> Iemand die een passiefhuis heeft gebouwd in het buitengebied, woont niet in een nul-energiewoning, hij moet immers elke dag vele kilometers energie verbruiken voor individueel transport. Filip Canfyn noemt de misconcepties een "dijk van onbegrip" die aangevochten moet worden om de discussie zelfs maar juist te krijgen.

### EEN ONVOLLEDIG PLAATJE

De redenen voor de misconcepties over bijvoorbeeld totale energieprestatie zijn niet ver te zoeken. **Het volledig plaatje wordt te weinig uitgelegd**, waardoor de ruimtelijke vertaling van die kennis niet voldoende



is en **misvattingen in de hand worden gewerkt**. Het beleid heeft misvattingen zelf mee gestimuleerd met de hele sensibilisering rond energieduurzaamheid in het wonen, zonder ooit een woord te reppen over mobiliteit en woonlocatie. Een reeks van maatregelen, normen en passieflabels hebben de indruk gegeven dat men duurzaam kan bezig zijn door individuele woningen te isoleren, terwijl dit woonmodel op een groter schaalniveau altijd onduurzaam blijft. Niet alleen beleid heeft daarin een rol gespeeld, ook andere spelers hebben daar invloed op gehad. De brede pers bijvoorbeeld, deze heeft de beperkte interpretatie van duurzaamheid mee versterkt door de passiefwoning als dé manier van duurzaam wonen te etaleren in kranten en magazines en dit gebeurt nog steeds vandaag. Ook marktpartijen beïnvloeden het begrip 'duurzaam wonen'. Er spelen nog steeds ontwikkelaars in op de beperkte visie op duurzaamheid: ze verkavelen ongebouwde ruimte en vervolgens vermarkten ze de nieuw gebouwde passiefwoning als 'duurzaam' met behulp van etiketten zoals 'BEN', terwijl er wel kostbare open ruimte voor werd ingenomen. Dat op deze manier 'duurzaamheid' een te beperkte invulling krijgt bij veel mensen, hoeft dus niet te verbazen.

Niet alleen door de nadruk op beperkte energieprestatie via allerlei normen, maatregelen, woonmagazines en reclame wordt het volledige plaatje te weinig in kaart gebracht. **Ook in de communicatie rond ruimtelijk rendement door de Vlaamse overheid zelf** wordt te weinig toegelicht over totale duurzaamheid. Er werd reeds gesteld dat in de communicatie rond het BRV – zowel in het geval van de betonstop als de M-score – de link tussen woonlocatie en het aandeel ervan in de energieprestatie onderbelicht werd. Terwijl dat bij uitstek de gelegenheden zijn om de grotere impact van het wonen uit te leggen, verder dan fileproblemen en bereikbaarheid, zodat het beeld van duurzaamheid stilaan bijgesteld kan worden. Men weet nochtans dat men het maatschappelijk belang van ruimtelijk beleid voldoende moet uitleggen om het draagvlak voor het beleid te ondersteunen. Uit de analyse van het RSV ter voorbereiding van het BRV bleek al dat te weinig politieke PR en toelichting over het maatschappelijk belang van ruimtelijk beleid één van de redenen is geweest voor de uitholling van het draagvlak voor het RSV.<sup>6</sup>

#### **BESEF VAN MAATSCHAPPELIJKE IMPACT**

Dat het volledig plaatje niet voldoende wordt uitgelegd, lijkt een terugkerend fenomeen in ruimtelijk beleid. Zo stellen twee respondenten vast dat in ruimtelijk beleid zelf soms te weinig aanstalten gemaakt wordt om het **breder belang van planning aan te tonen**. Wiet Vandaele stelt dit vast bij de communicatie over bijvoorbeeld het verlenen van een bouwvergunning voor de inrichting van opritten op privé domeinen. Deze vergunning is nodig om onder controle te houden dat fietspaden niet talloze keren kruisen met opritten, want dat zou tot bijzonder veel onveilige situaties leiden, maar deze uitleg ontbreekt vaak:

“Daarin denk ik wel dat we als planners misschien hebben te kort geschoten, dat we dat te weinig hebben uitgelegd, dat we te veel hebben gezegd ‘dat kan niet, omwille van artikel 27’, in plaats van ‘dat kan niet, omwille van [de veiligheid van] die fietsers.’”<sup>7</sup>

De uitleg waarom is volgens Wiet Vandaele en Karlien Stroeykens dus weinig gekend. Meer nog, volgens hun is de informatie op verschillende vlakken in planning vaak ontoereikend. Ze vinden het bijvoorbeeld niet onlogisch dat 'leken' verbouwereerd zijn wanneer er plots een woongebied wordt volgebouwd in hun buurt. Ze stellen vast dat ruimtelijk beleid een redelijk geïsoleerde materie is:

“Het is niet zo simpel om te weten te komen of dat gebied erachter een woonuitbreidingsgebied is of woongebied of natuurgebied. Die informatie is niet zo toegankelijk en zelfs als we ze allemaal online zetten, dan moet je dat al kunnen interpreteren, want woonuitbreidingsgebied heeft een heel ander statuut dan een woongebied. Als daar dan nog een BPA op ligt is dat weer iets anders. Dus je bent wel met een heel hermetische materie bezig. [...] We moeten ons daar wel van bewust zijn dat het vandaag voor een leek echt wel niet zo simpel is om die inschatting te maken.”<sup>8</sup>

Het is vanzelfsprekend dat te weinig informatie en uitleg kan leiden tot wrijving tussen burger en beleid en onbegrip over ruimtelijk beleid. Maar misschien erger dan de ontoegankelijkheid van informatie is dat ruimtelijk beleid zélf het breder belang van ruimtelijke planning miskent door in bepaalde gevallen te weinig

uitleg te geven. Karlien Stroeykens benadrukt dat er net moet duidelijk gemaakt worden dat ruimtelijke planning meer is dan louter ‘onnozele’ regeltjes, er zit een verhaal en bepaalde redenen achter. Het heeft een breder maatschappelijk belang dat meer moet toegelicht worden.

Bovendien, zo zegt An Rekkers, komen de mensen vooral met dat vergunningenbeleid in contact en niet met planningsbeleid, waar vanzelfsprekend meer aandacht is voor het maatschappelijk belang:

“Er zijn natuurlijk wel publieksbevragingen, maar je moet al specialist zijn of daar echt mee bezig zijn om u daar ook echt in te gaan verdiepen en op te gaan reageren. Of het moet zijn dat er iets gebeurt in uw achtertuin voordat je er effectief op gaat reageren. Maar voor de rest komen mensen daar alleen maar mee in aanraking als ze een vergunning nodig hebben.”<sup>9</sup>

Dat is jammer volgens An Rekkers, want de meeste mensen komen zo vooral in contact met de negatieve macht van ruimtelijke planning – om iets te mogen of niet te mogen – in plaats van de bredere, positieve kracht van ruimtelijke planning:

“Terwijl over de positieve communicatie van wat een goede ruimtelijke planning zou kunnen betekenen voor heel veel sectoren, maar ook voor leefkwaliteit in het algemeen, eigenlijk nauwelijks wordt gecommuniceerd en daar zijn mensen inderdaad niet mee bezig.”<sup>10</sup>

Nog erger, zelfs wanneer de Vlaamse overheid de kans heeft – zoals bij het nieuw beleidsplan BRV – om het positiever, breder maatschappelijk belang van planning toe te lichten, kiest de Vlaamse overheid ervoor om de negatieve macht van planning te benadrukken, zoals bij de communicatie rond de betonstop.

#### **MAATSCHAPPELIJK BEELD VAN RUIMTELIJKE PLANNING MOET BIJGESTELD WORDEN**

Vlaams ruimtelijk beleid zet zichzelf buiten spel door te weinig het hele plaatje – de ruimere impact – toe te lichten. Het miskent het breder belang van ruimtelijke planning. Ook Louis Albrechts liet al blijken dat hij vindt dat ruimtelijke planning zich terug moet profileren – omdat het te vaak in grote ruimtelijke dossiers zichzelf buiten spel zet of buiten spel gezet wordt – en zich meer moet mengen in maatschappelijke discussies waar planning mee kan helpen om oplossingen vorm te geven. Ruimtelijke planning moet zijn beeld bijstellen:

“Om de belofte van planning te kunnen waarmaken moeten we op een kritisch-realistische manier blijven geloven in de maakbaarheid van de ruimte. Opdat planning als maatschappelijk project zijn meerwaarde zou kunnen bewijzen, moeten we het beeld van planning als het-afleveren-van-bouwvoorschriften doorbreken.”<sup>11</sup>

Renaat Braem stelde 60 jaar geleden in zijn boek ‘Het lelijkste land ter wereld’ al vast dat te weinig mensen het breder maatschappelijk belang en de noodzaak van goede architectuur en een goed georganiseerd ruimtelijk beleid beseften. Hij sprak over de nood aan de “inkarnatie van een nieuwe architectuurreligie”, waarbij het architectuurbegrip verruimd zou worden en dit vernieuwd architectuurbesef niet alleen bij het architectenberoep zou doordringen, maar bij alle lagen van de bevolking.<sup>12</sup> Van deze ‘nieuwe religie’ bij de hele bevolking is vandaag de dag nog niet echt sprake. Planning heeft nog steeds het beeld van het-afleveren-van-bouwvoorschriften en architectuur en stedenbouw worden nog al te vaak gezien als iets louter esthetisch. De Bruyn verwoordt het als volgt:

“Wat er niet aanwezig is bij het groot publiek, is een besef van de relevantie van architectuur en stedenbouw. Dat het over meer gaat dan een schoon interieur en een schoon geveltje, dat het eigenlijk een soort vertaling is van een maatschappelijk ding, dat door uw ruimte te maken je ook uw maatschappij vorm geeft.”<sup>13</sup>

En die maatschappelijk impact is ook volgens Leo Van Broeck het meest “kritische pad” van architectuur en planning, kritischer dan de culturele waarde en zeker dan de esthetische waarde. En toch wordt dat meest kritische pad het minst overgebracht naar een breed publiek.

Om werk te maken van het besef van het nut en de impact van architectuur en planning bij de ganse bevolking kan men alvast beginnen met in ruimtelijke planning zelf het volledige plaatje en het maatschappelijk belang vaker toe te lichten – zowel op hoger niveau in brede communicatie als in dagdagelijkse praktijk bij het leveren van vergunningen. Volgens Leo Van Broeck moet men “het hele plaatje op tafel leggen”, want zolang mensen het hele plaatje niet zien, kunnen ze ook niet de juiste keuze maken. Planning moet daarbij – zoals Louis Albrechts suggereert – een sterkere positie innemen in de maatschappij en uit de negatieve macht van ruimtelijke planning breken. Het beeld ervan moet bijgesteld worden. De bredere en positievere maatschappelijke impact ervan moet duidelijker worden, zodat architectuur en planning niet gereduceerd wordt tot esthetiek of het afleveren van vergunningen.

### TOENEMENDE MAATSCHAPPELIJKE AANDACHT VOOR RUIMTELIJKE PLANNING

De aandacht voor het maatschappelijk belang van architectuur en planning komt wel stilaan op gang. De aandacht voor duurzaamheid in het wonen strekt zich steeds meer uit naar het belang van goed ruimtelijk beleid en de noodzaak aan ruimtelijke transformatie. Dit is een zeer recente evolutie, die duidelijk op te merken is in de maatschappij. Bijvoorbeeld in de brede pers: bijna alle respondenten stellen vast dat er daar verandering of beweging in te merken is. Leo Van Broeck stelt vast dat de brede media – journaal, tv, radio – eindelijk in de goede richting vertrokken zijn. Het is nog niet perfect, maar wel al opengebroken:

“De kennis is nog niet heel verspreid, maar zit verder dan dat we denken, denk ik. Het hek is een beetje van de dam.”<sup>14</sup>

Het sijpelt langzaam door. De thema’s die vasthangen met ruimtelijke planning komen steeds meer aan bod in de brede media. Joeri De Bruyn beschrijft het als volgt:

“Dat zijn eigenlijk heel simpele gedachten – als je architectuur of stedenbouw gedaan hebt, is dat een evidentie – maar dat dringt langzaam door. [...] Je ziet het meer en meer [in de kranten], bijvoorbeeld heel het idee van waarom er zoveel files zijn, ‘ah ja dat is omdat we allemaal op het platteland wonen’.”<sup>15</sup>

Hoewel bijna alle respondenten het positief vinden dat er meer aandacht is in de brede media, verklaarde bijna de helft dat er toch nog niet voldoende aandacht is voor de noodzaak aan ruimtelijke transformatie. Zo beweerde Leo Van Broeck eveneens: “Het debat over verdichting ontstaat nu beetje bij beetje, maar blijft over heel de lijn nog veel te timide.”<sup>16</sup> Ook Stefan Devoldere insinueert dat meer aandacht nodig is of alvast nuttig zou zijn:

“Je kan maar zeggen dat er genoeg breed gecommuniceerd is, als je merkt dat iedereen het begrepen heeft. En daar zijn we nog niet hé. Het kan altijd beter en meer.”<sup>17</sup>

Het is zeker en vast positief dat het in de brede media opengebroken is, maar momenteel zijn we nog niet waar we zouden moeten zijn. Er is dus blijvende aandacht nodig voor belang van ruimtelijke planning en een nood om meer het volledige plaatje toe te lichten.

Ondertussen is duidelijk dat de kennis en het besef bij de Vlaming omtrent integrale duurzaamheid en ruimtelijk rendement moet aangescherpt worden, maar er is nog niets gezegd over hoe men dat best kan doen. Dit is niet eenvoudig. De respondenten noteerden **verschillende knelpunten** die het bemoeilijken om ‘leken’ te informeren over Vlaams ruimtelijk beleid. Deze knelpunten hebben voornamelijk te maken met de typerende uitdagingen bij sociale marketing: de voordelen en nadelen zijn onzichtbaar en bovendien hebben ze vaak geen betrekking op het individu zelf. In de volgende secties wordt telkens een knelpunt aangehaald en getoond hoe de **Enlighten-hefboom** van het 7E- model hierin tegemoet kan komen. De Enlighten-tips worden hierin ook bijgetreden en aangevuld met vaststellingen en tips van de respondenten.

## 8.1.1. MAAK CONCREET

Typisch wordt geredeneerd dat ruimtelijke planning van het hogere schaalniveau **te abstract en complex** is voor de individuele burger<sup>18</sup>. Zo verklaart Karlien Stroeykens: “De vragen van Vlaanderen zijn natuurlijk complexer, zijn veel moeilijker te vatten voor veel mensen.”<sup>19</sup> An Rekkers bevestigt uit ervaring bij de VRP:

“We krijgen ook wel vaak de reactie van de pers dat het veel te complex is, dat het publiek dat nooit gaat lezen. Het is dus niet zo evident om het verhaal dat we willen brengen aan een groot publiek uit te leggen. Dat is geen evidente materie.”<sup>20</sup>

**Abstracte materie moet geconcretiseerd worden.** De eerste tip lijkt logisch, maar er wordt tegen gezondigd. Stefan Devoldere verwoordt het als volgt:

“Ruimtelijke planning is geen sexy onderwerp hè... [...] Je moet het koppelen aan dingen die dichter staan, want op zich is ruimtelijke planning super droog.”<sup>21</sup>

Dat is net de uitdaging bij ruimtelijke planning van het hoger schaalniveau. Volgens Wiet Vandaele is het de job van de planner om steeds voor ogen te houden wat abstracte, strategische principes concreet betekenen op het terrein:

“En dat is niet simpel. En zeker niet als je werkt bij het Vlaams gewest. Bij een gemeente is dat al een stuk eenvoudiger omdat je al veel dichter zit bij die concrete uitvoering.”<sup>22</sup>

Maar net omdat een concreet project ook duidelijkere gevolgen heeft, brengt het mogelijks meer oppositie met zich mee, aldus Wiet Vandaele:

“Het maakt de discussie ook soms veel pittiger, omdat mensen heel duidelijk snappen wat de implicaties zijn. Terwijl als je van een wit blad vertrekt voor principes, daar zal niemand iets op tegen hebben.”<sup>23</sup>

Dit werd al bevestigd in onderzoek naar verdichting.<sup>24</sup> Verandering in de gebouwde omgeving die het vrijstaande huis beïnvloedt, is acceptabel zolang de verandering abstract blijft. Wanneer de verandering concreet gemaakt wordt in een specifieke omgeving is de kans echter groot dat oppositie zal toenemen. Het algemeen belang wordt minder geapprecieerd wanneer het individuele goed beïnvloed wordt.<sup>25</sup> Deze gekende spanning tussen abstracte en concrete materie leidt er echter toe dat overheid en planners soms intentioneel abstract blijven om het risico op oppositie te vermijden.

Een voorbeeld van hoe het niet moet is het **Groenboek BRV**. Verschillende respondenten bevestigen wat de adviesraden concludeerden over het Groenboek: het is een “veredelde brochure” (zie p.35). Zo hekelt één respondent de vulgariserende ‘slogans’ (“Mensenmaat in een metropool, dat is goed gevonden hé?”<sup>26</sup>) en de kinderachtige lay-out (“Daar worden zo handjes in gebruikt, dat is niet goed. Dan ben je aan het infantiliseren.”<sup>27</sup>). Een andere respondent beklagt het overmatig gebruik van nietszeggende foto’s (“Dat is toch wel heel spijtig dat daar heel weinig nuttig beeldmateriaal bij zit.”<sup>28</sup>). Verschillende respondenten bekritisieren verder dat er té veel algemeenheden in het Groenboek staan (“dat waren allemaal algemeenheden van ‘we moeten naar een duurzame toekomst gaan waar werk is voor iedereen’, ja dat is zever”<sup>29</sup>). Hoewel het nog niet de bedoeling was dat het Groenboek concrete oplossingen zou aanduiden, blijft het Groenboek dus op verschillende vlakken nog te abstract en algemeen.

Twee respondenten – beiden werkzaam bij de overheid – bekritisieren zelf dat men bij de overheid zich schuldig maakt aan het schrijven van **abstracte, “wollige” teksten** vol algemeenheden zoals het Groenboek. Zo zegt één respondent:

“Veel van die teksten die wij schrijven zijn super wollig. Dat zijn kei veel letters, maar eigenlijk staat daar niets. Vaak is dat hier ook bewust, want eigenlijk mogen we niets

radicaal zeggen van de minister. Dus zitten we maar wat te breien. Dus als je die teksten simpeler maakt, zodat je opeens verstaat wat dat daar staat, dan is er niemand content.”<sup>30</sup>

De respondent bevestigt dat men bij de overheid soms abstract blijft om oppositie te vermijden. Men doet wel zijn best om het Groenboek als een vlotte, toegankelijke en leesbare tekst met kleurrijke foto's op te stellen om zo veel mogelijk een breed publiek aan te trekken, maar door te veel vaagheden en algemeenheden is het resultaat nog steeds een weinig concrete en niet-begrijpbare tekst. Men kan zich afvragen of communicatie die zich herleidt tot het brengen van vage principes en niet-inspirerende, wollige praat - zoals in het Groenboek - wel zin heeft. Concretere materie leidt tot een pittigere discussie, omdat duidelijker is wat de implicaties zullen zijn op het terrein, maar is daardoor ook een waardevollere communicatie omdat bij iedereen de boodschap ook volledig overkomt. Vage principes en banale foto's missen door het gebrek aan concreetheid net de wervende kracht die nodig is om een aantrekkelijk boek te maken voor een breed publiek dat er in slaagt een maatschappelijk debat op gang te trekken. Men moet durven die stap te zetten om die pittige discussie op te starten en - ook al is het misschien niet eenvoudig om abstracte principes te concretiseren op het terrein - toch de **nodige vertaalstap te maken van abstracte naar concrete materie**. Want dát is de nodige stap naar het brede publiek. Wiet Vandaele benadrukt dat het concreet dŭrven maken een blijvend aandachtspunt is in ruimtelijke planning. Koen Raeymaekers gaat nog een stap verder en noemt het “één van de grote uitdagingen”<sup>31</sup>.

Hoe moet het dan wel? De **campagne 'Ruimte voor morgen'** is een goed voorbeeld van hoe men er is in geslaagd om abstracte materie concreter te maken en dichter bij de leefwereld van de individuele burger te brengen (zie p.33). Wiet Vandaele - betrokken bij de campagne - verklaart zelf dat ze daar steeds probeerden de zaak concreet te maken en de vraag stelden “wat betekent dit voor de man in de straat?”<sup>32</sup> De verdienste van de campagne is volgens Vandaele dan ook dat men de typische redenering - dat zo'n soort abstracte, moeilijke denkoefeningen alleen mogelijk zijn met het georganiseerd maatschappelijk middenveld, maar niet met de individuele burger - heeft doorbroken. Uit die campagne is gebleken dat het wél mogelijk is om zoiets te doen met een hele brede groep, inclusief leken. De campagne was zeer succesvol en won zelfs een prijs voor overheidscommunicatie in 2011. Ook bij de respondenten valt de campagne in de smaak. Hoewel er nog maar één campagne van die aard is geweest in ruimtelijke planning, is het toch een duidelijke aanwijzing dat het naar meer smaakt. 'Ruimte voor morgen' toont dat het mogelijk is om abstracte materie te concretiseren én vooral dat het loont.

Het 7E-model benadrukt eveneens: hoe concreter, hoe beter. Verwachtingen worden best zo concreet mogelijk gemaakt, zodat iedereen begrijpt waar men aan toe is. Voorbeelden, illustraties, verhalen, cijfers en referentiepunten kunnen allemaal helpen om het concreter te maken, zoals Stefan Devoldere het verwoordt: “een schoon architectuurproject is al veel sexyer”. In het geval van de overheid betekent ‘concreet maken’ bovendien niet alleen een concretisering van de abstracte materie, maar dus ook dat men niet mag terugvallen op het ‘ambtenarees’, zoals de wollige praat bij de overheid door het 7E-model genoemd wordt. ‘Maak het eenvoudig’, zegt het 7E-model. Men moet **heldere, klare taal** gebruiken en dus vaktermen en holle woorden vermijden.<sup>33</sup> Ook de planner moet zijn jargon laten varen. Want ook de planner maakt de vertaling naar klare taal nog té weinig. Twee respondenten - niet opgeleid in planning - bekritisieren het plannersjargon. Zo verklaart Joeri De Bruyn:

“Die jargon is eigenlijk iets heel verschrikkelijk. Dat is vaak een soort masker, waarachter mensen zich verstoppen omdat ze het eigenlijk niet zo goed kunnen uitleggen.”<sup>34</sup>

Peter Triest vindt eveneens dat planners soms het probleem hebben dat ze moeilijk kunnen praten in een terminologie die gewone mensen begrijpen, maar hij nuanceert verder:

“Het is wel een heel technische materie, dus het is ook wel logisch dat planners in een enorm jargon praten. Dat doen alle beroepsgroepen die met iets hooggespecialiseerd bezig zijn. Op zich kan je ook niet met elke chirurg een gesprek voeren, sommigen zijn goed met hun patiënten, anderen niet. Zo is dat met planners ook.”<sup>35</sup>

Hoewel het logisch is, wordt volgens het 7E-model in de communicatie naar een breed publiek toch best zo veel mogelijk ingezet op heldere en klare taal. En daar kunnen sommige planners nog wat van leren. Peter Triest besluit net als het 7E-model: "Je moet zorgen dat je in de taal van uw doelgroep spreekt."<sup>36</sup> Dit is eigenlijk vanzelfsprekend, maar het blijkt toch nodig om dit te benadrukken. Concreet maken betekent dus zowel letterlijk vertalen (geen jargon, taal van de burger, toegankelijke en eenvoudige bewoordingen) als figuurlijk vertalen (met beelden, verhalen, cijfers; dingen waar mensen de implicaties van begrijpen, dingen die betekenisvol zijn voor hun).

## 8.1.2. MAAK EENVOUDIG, EFFICIËNT EN GEEF STRUCTUUR

Ruimtelijke planning van een hoger schaalniveau is niet alleen abstract, maar is ook complex en genuanceerd. Stefan Devoldere waarschuwt:

"De val is eigenlijk dat het zo complex is en dat ruimtelijke planning zo hard in een gespecialiseerd discours zit, dat als je probeert om al de nuances van het probleem te veel te vertellen, dat niemand nog begrijpt wat je aan het vertellen bent."<sup>37</sup>

Het 7E-model spreekt over 'information bias': men denkt vaak dat alle details het geheel beter doen vatten, maar eigenlijk zijn ze overbodig. De boodschap is: **maak het eenvoudig**. Ook Peter Triest bevestigt dat communicatiewerk betekent dat er gefilterd moet worden: "Mensen moeten ook niet alles weten. Je moet een manier vinden om dat te vertalen, zodat het voor hun iets betekent. En je moet ze niet lastig vallen met technische *inside*-dingen."<sup>38</sup> De materie moet verdund worden. En dat ligt volgens Peter Triest gevoelig bij sommige planners:

"Als je een tof communicatief concept hebt, dan zijn die planners ook niet de eerste om daarin mee te gaan meestal. [...] Het wordt te kort, te bondig, er is niet meer genoeg nuance."<sup>39</sup>

Verschillende andere respondenten pleiten voor een **gezond evenwicht tussen nuance en essentie**. Stefan Devoldere beweert dat nuance af en toe kan, want het breed publiek is volgens hem slimmer dan men vaak zou denken. Men moet de mensen op niveau aanspreken, zoals het 7E-model stelt, niet te hoog en niet te laag. Ook Leo Van Broeck duidt het belang van enige nuance:

"Je moet op verschillende niveaus kunnen spelen tegelijk. Nuance kan belangrijk zijn. Een halve noot valsspelen in een symfonie en de plaat is niet meer te verkopen. Dus een nuance is ook belangrijk als ze het hele boeltje tegenspreekt. Dan is het geen nuance meer, dan is het een flagrante tegenspraak. Maar ik denk dat je als ontwerper ook niet te verliefd mag zijn op details die misschien niet zo belangrijk zijn."<sup>40</sup>

Men mag dus **niet zot lopen van de nuances** in de communicatie rond ruimtelijke planning. Het 7E-model beschrijft het KISS-principe: *keep it short and simple*. De materie moet steeds **zo eenvoudig en efficiënt mogelijk** gebracht worden. Er moet enkel verteld worden wat absoluut nodig is om het verhaal te brengen. Hoofdzaak moet van bijzaak onderscheiden worden. Het is een evenwichtsoefening tussen te veel en te weinig informatie aanreiken.

De materie uit ruimtelijke planning zomaar **vereenvoudigen is niet vanzelfsprekend**. Filip Canfyn vindt het de grootste prestatie om de materie genuanceerd te condenseren. Ook Karlien Stroykens spreekt uit ervaring met het Leuvense circulatieplan dat het helemaal niet gemakkelijk is om kort en bondig tot de essentie te komen:

"Als je dat allemaal wil uitleggen dan heb je een boek, waar dat je ook mensen mee afschrikt [...]. Dus je moet ergens zorgen dat je de grote lijnen kan meegeven, maar dan weten ze inderdaad die praktische regeltjes niet, maar die praktische regeltjes zijn nooit allemaal voor iedereen. Dat is dus niet zo evident."<sup>41</sup>

Twee respondenten komen allebei met een gelijkaardige tip om de thematieken in ruimtelijke planning zo eenvoudig en efficiënt mogelijk, maar wel genuanceerd te brengen. Leo Van Broeck wijst op de **'maieutica' van Socrates**:

"Socrates was een hele goede redenaar. Die vertrok altijd van de vragen die hij stelde aan zijn toehoorder. Die zei van 'wil jij morgen sterven of binnen tien jaar?', 'ah binnen tien jaar'. Elke vraag was evident. En de laatste vraag was 'wil je nu dit of dat?'. En dan zei hij 'natuurlijk wil ik dat' en dat was wat Socrates in het begin wou dat die mens ging antwoorden. Dus je moet mensen laten bevallen van die ideeën en die zich laten toe-eigenen."<sup>42</sup>

Alle deelstappen zijn vaak evident, maar stap per stap moet getoond worden op basis van welke redenering de keuze gemaakt is. Al die tussenstappen zijn namelijk kritische drempeltjes die mee de uiteindelijke keuze bepalen. De redenering van Leo Van Broeck doet sterk denken aan het basisuitgangspunt in sociale marketing: mensen komen stap per stap zélf tot inzicht en uiteindelijk tot verandering. Men kan dit niet in één stap realiseren (zie 7.3.2). Zo zegt Leo Van Broeck ook:

"Je kan ze niet van punt nul ineens naar punt tachtig sleuren en zeggen 'dit moet je nu slikken' en 'dat is goed want ik ben de specialist'."<sup>43</sup>

Ook Stefan Devoldere verklaart dat uitgebreide en complexe materie **in kleine hapklare stukjes** bevattelijk gemaakt moet worden. Zo kan men tot de essentie komen, maar wel op een genuanceerde manier, zonder dat het te ingewikkeld wordt. Het 7E-model benadrukt eveneens: maak het efficiënt door de informatie te beperken en doseren. Hoe complexer het is, hoe belangrijker om de informatie op te splitsen en geleidelijk aan toe te reiken. Men moet enkel de info geven die nodig is om de volgende stap te zetten.<sup>44</sup>

Het 7E-model waarschuwt dat men mensen niet mag overladen met pakketten aan informatie en argumenten wanneer ze nog gemotiveerd moeten worden. Dit zal hun afschrikken. Die extra info gaat het individu later wel opzoeken. In de eerste plaats is het nodig om gewoon de aandacht te trekken en menigvuldig te wijzen op de zinvolheid van het gedrag. Volgens het 7E-model helpt **herhaaldelijke blootstelling aan dezelfde boodschap**. Mensen gaan het herkennen en gaan er steeds minder weerstand tegen voelen. Dit noemt men in de communicatiewetenschappen **'priming'**, men moet het gedrag voorbereiden. Ook de respondenten benadrukten al dat het soms gewoon een kwestie is van blijven herhalen. Het 7E-model waarschuwt wel dat die herhaaldelijke boodschap **geen negatieve beelden** mag oproepen, anders wordt het telkens erger. In een latere fase kan er meer informatie aangereikt worden. Bij belangrijke beslissingen zoals een woning uitkiezen staan mensen langer stil. Het is dus zaak om **bij deze keuzemomenten informatie aan te reiken** zodanig de keuze te optimaliseren en tegelijk keuzestress te verlichten. Hier kan men de argumenten op een rij zetten. Het 7E-model raadt aan om met de sterkste argumenten de toon te zetten en beter enkele sterke argumenten te gebruiken dan vele zwakke argumenten. Ook eventuele tegenargumenten vermelden en deze zelf weerleggen, komt sterker over.<sup>45</sup>

### 8.1.3. MAAK AANTREKKELIJK

Mensen informeren, betekent in de eerste plaats dat ze de boodschap horen en er ook naar luisteren. Hun aandacht moet getrokken én vastgehouden worden. De informatie moet aantrekkelijk zijn. Het 7E-model waarschuwt dat aantrekkelijk niet per se betekent dat het er modieus uitziet, het moet vooral de aandacht van de doelgroep trekken met **"beelden, kleuren en vormen, zodat ze stilstaan, geboeid blijven en onthouden"**<sup>46</sup>. Aantrekkelijkheid is volgens het 7E-model – in tegenstelling tot wat veel ontwerpers denken – niet universeel. Het is dus steeds belangrijk om de informatie bij te stellen in functie van wat de doelgroep aantrekt.

Omdat er al een immens grote informatiestroom de mensen tegemoet komt, is de eerste opdracht om mensen te laten stilstaan bij de informatie. Het 7E-model raadt aan om beelden, schema's, tekeningen en lay-out te gebruiken die de nieuwsgierigheid prikkelen. Het moet een beetje afwijkend zijn, zodat het verrassend is. **Het moet verwonderen en uitnodigen om meer te ontdekken.** Bovendien stelt het 7E-model dat mensen vooral opmerken wat nieuw is en breekt met verwachtingen. Het is liefst eenvoudig en snel te begrijpen, zoals een "sprekend beeld of *catchy* slogan"<sup>47</sup>. Twee respondenten bevestigen dat **prikkelen en verbeelden** nodig zijn om een breed publiek te bereiken. Joeri De Bruyn spreekt over "een pitch en een goede verbeelding"<sup>48</sup>, het moet *catchy* zijn. Ook Karlien Stroeykens vindt het prikkelende zeer belangrijk: het beeld, de lay-out en de print moeten aanspreken, zeker als men een breed publiek wil bereiken. Ze raadt eveneens aan om dit te combineren met een prikkelende slogan. Jorg De Vriese verwoordt het extremer, hij zou vooral inzetten op het breken met verwachtingen om de aandacht van mensen vast te krijgen:

"Bij beelden denk ik wel dat je soms beter – de lokale overheid zal het niet graag horen – gewoon eventjes moet choqueren om iedereen alert te maken, zodat je dan aan de slag kan gaan."<sup>49</sup>

Eens de aandacht gepakt is, moet men de aandacht ook nog kunnen vasthouden. Dit is volgens het 7E-model een spel van verwachting versus verrassing. Men moet boeien en verwonderen, maar – zo waarschuwt het 7E-model – verwondering is eveneens niet universeel. Sommige doelgroepen appreciëren wetenschappelijke feiten, andere eerder humor. Het is opnieuw een kwestie van zo goed mogelijk de doelgroep te kennen om het grootste effect te hebben. Ten laatste wijst het 7E-model op het feit dat herkennen makkelijker is dan herinneren. Een opvallend beeld helpt om te zorgen dat de doelgroep het (langer) onthoudt.

Joeri De Bruyn stelt dat men soms de zaken beter moet leren pitchen. Hij maakt de vergelijking met het befaamde boek van Renaat Braem, **'Het lelijkste land ter wereld'**:

"Als je uw boek de titel geeft 'het lelijkste land ter wereld', dan heb je dat goed gepitcht en dan gaat iedereen dat wel lezen en dan wordt dat een begrip. Zelfs x aantal jaren later..."<sup>50</sup>

Joeri De Bruyn stelt het tegenover het Groenboek, dat ook gebruik maakt van slogans, maar waar het pitchen toch niet echt lukt. "Mensenmaat in een metropool", dat is goed gevonden hé?"<sup>51</sup>. Hierdoor vervalt het Groenboek volgens De Bruyn tot een vulgariserend 'sloganboek'.



Figuur 8.2: covers van 'Het lelijkste land ter wereld' en het 'Groenboek BRV'

Men weet natuurlijk al langer dat het brengen van gepitchte slogans goed werkt. Stefan Devoldere wijst op de oneliners van Leo Van Broeck:



“Die lanceert de ene oneliner na de andere, dat is ook omdat hij weet dat hij thuiskomt.”<sup>52</sup>

Het brengen van gepitchte slogans en oneliners is per definitie minder genuanceerd. Dit raakt aan het vorige punt: hoe ver moet men vereenvoudigen? Stefan Devoldere is niet echt fan: hij waarschuwt dat men niet zomaar moet vervallen in oneliners. Soms is een beetje nuance wel op zijn plaats. Om de aandacht van het breed publiek te trekken is een sterke pitch volgens het 7E-model echter wel een goed begin. Filip Canfyn wijst daarnaast op de uitdaging van het pitchen en condenseren. Hij vindt het onmogelijk om de complexe materie tot een slogan terug te brengen. De pitch van Renaat Braem en de oneliners van Leo Van Broeck demonstreren alvast dat toch mogelijk is.

#### 8.1.4. MAAK PERSOONLIJK

Op hoger schaalniveau is de **relevantie voor de burger minder direct**. Het betreft meestal nog geen concrete projecten en de materie en argumenten staan verder af van het individu. De **betrokkenheid en interesse bij de burger** is dan ook navenant. Op lokale schaal – in concretere projecten – is de betrokkenheid beduidend groter, want de materie betreft meestal letterlijk de achtertuin. Het gaat de directe leefomgeving van de burger aan. Bijna de helft van de respondenten stelden dat mensen op lokaal niveau redelijk betrokken zijn bij hun omgeving. Twee respondenten verklaarden dan ook dat het eenvoudiger is om op lager schaalniveau mensen te betrekken dan op hoger niveau. Zo stelt An Rekkers:

“Alhoewel dat dat veel makkelijker is om te doen vanuit iets wat concreet gebeurt in de buurt of waar ze bij betrokken zijn [...]. Grote ruimtelijke processen waar infovergaderingen zijn of dingen die gebeuren in de buurt, daar komt wel volk op af en daar is wel belangstelling voor. Dus ik denk dat de betrokkenheid in hun achtertuin wel belangrijk is.”<sup>53</sup>

Stefan Devoldere benadrukt dat het ook normaal is dat de thema's die leven binnen ruimtelijke planning in Vlaanderen niet zomaar leven binnen de brede bevolking: “omdat dat ook gewoon iets is waar ze zich niet echt mee bezig houden of waar dat ze niet genoeg voeling mee hebben”<sup>54</sup>. Mensen liggen nu eenmaal niet wakker van de uitdagingen die zich zullen stellen in bijvoorbeeld demografie. Eveneens verklaart Filip Canfyn:

“Logisch dat iemand die aan de band staat weinig voeling heeft met ruimtelijke planning in Vlaanderen en dat die de negatieve gevolgen van het verkavelingssyndroom op lange termijn niet kent.”<sup>55</sup>

Daarnaast beschreven enkele respondenten het **gebrek aan urgentie in de verkaveling** als een uitdaging. Inwoners voelen de vele nadelen van de verkaveling niet: kosten voor de maatschappij, klimaatopwarming, achteruitgang natuur, etc. Misconcepties dragen daarenboven bij aan de getemperde urgentie in de verkaveling: men bouwt een passiefwoning en denkt dat men goed bezig is. Oswald Devisch maakt de vergelijking met de burgerbewegingen in Antwerpen die de urgentie rond de leefbaarheid in de stad aanwakkerden:

“Iedereen in Antwerpen voelt van ‘dit is smog, dit is lawaai’. Ik denk niet dat je dat kan doen rond ‘de verkavelingswijk’, dat gaat nooit lukken. Want iedereen voelt zich goed in een wijk hé. Dus om daar een breed debat rond te doen, op de manier van [...] Ringland, dat weet ik niet goed.”<sup>56</sup>

#### **BESTAANDE ERVARINGSKENNIS BIJ DE BURGER BIEDT POTENTIEEL RAAKVLAK**

Tot nu lag de focus op de kennis die er nog niet is en hoe men informatie kan gaan aanbrengen bij het breed publiek. Maar in plaats van te focussen op wat er niet is, kan men ook gaan kijken naar wat er wél al is. Ruimtelijke planning op schaal van Vlaanderen is misschien abstract en complex en lijkt minder relevant en urgent voor de individuele burger. Maar ruimtelijke planning op schaal van Vlaanderen gaat wél elke Vlaming aan. Eigenlijk is het relevant voor elke burger. Het betreft iedereen zijn leefomgeving. Dat betekent ook dat

élke Vlaming **impliciete sociale kennis** bezit over de dagdagelijkse leefomgeving, en vooral over de problemen die zich stellen dóór de ruimtelijke wanorde. Deze problemen zijn overigens **niet abstract, maar net tastbaar en concreet**. Ook Leo Van Broeck benadrukt dit:

"De directe gevolgen op Vlaams niveau zijn niet zo abstract: files, milieuvervuiling, verkeersslachtoffers, slechte thuiszorg, economische zwakte, hoge belastingen, disfunctionele administratieve versnippering, slechte thuiszorg, enz. Het lijkt me net dat op grote schaal de zaken net concreter worden..."<sup>57</sup>

Dit betekent dat men eenvoudig kan inspelen op die dagdagelijkse confrontatie en ervaringskennis van de burger om de effecten van ruimtelijke planning toe te lichten **zónder jargon te gebruiken of complexe uitleg te geven**. An Rekkers noemt het "een relatief makkelijke invalshoek om mensen met planning te confronteren"<sup>58</sup>. Mensen hebben inzicht in de gevolgen van de ruimtelijke wanorde. Ze zijn simpel te vatten, want ze zijn concreet en bovendien herkent de burger deze in zijn dagelijks leven. De burger heeft de link nog naar ruimtelijke ordening misschien gelegd – dat is dan de communicatietask –, maar men kan alvast vertrekken van de vertrouwdheid met de aantasting van de levenskwaliteit op diverse vlakken. Filip Canfyn verwoordt het als volgt:

"Ik denk dat er een voordeel is aan het hele probleem: je hebt weinig moeilijke woorden nodig om het uit te leggen. Je hebt moeilijke woorden nodig om de historiek en de ondergroei daarvan uit te leggen, maar over de fenomenologie... Dat is gewoon 'watch', zie wat er sinds tien jaar gebeurd is, voeg dat daar nog een keer bij, dat kan niet meer!"<sup>59</sup>

Verskillende respondenten verklaren dat confrontatie met de problemen, gesteld door het failliet van het nederzettingspatroon, steeds meer onvermijdelijk wordt. Terwijl men vroeger geen nadelen voelde van de verkaveling, zijn deze vandaag zo urgent geworden dat iedereen ermee wordt geconfronteerd. Elke burger is een ervaringsdeskundige. Bovendien worden de problemen steeds urgenter en de confrontatie ermee zal alleen maar toenemen, aldus An Rekkers:

"Dat zijn dingen waar meer en meer mensen mee geconfronteerd worden, want bijna iedereen staat ooit wel eens in de file tegenwoordig. Dat is iets heel tastbaars. [...] Net dát verhaal heeft hoe langer hoe meer spelers eigenlijk, iedereen wordt daarmee geconfronteerd."<sup>60</sup>

Het **groeïende besef en de toenemende media-aandacht** – die langzaam aan het ontstaan zijn rond de ruimtelijke wanorde – wijten verschillende respondenten dan ook aan de voortschrijdende confrontatie. Zo zegt Stefan Devoldere:

"Het draagvlak is al groter dan vroeger, maar dat heeft spijtig genoeg ook gewoon te maken met het feit dat de problemen ondertussen groter zijn."<sup>61</sup>

Devoldere ziet er tegelijkertijd de mogelijkheden van in:

"Als je nu probeert te communiceren over de dingen, heb je al meer kans dat je de mensen mee krijgt. Dus je moet zeggen er is een shift, er is meer aandacht of meer draagvlak [...]. De condities zijn beter om impact te krijgen op de zaken."<sup>62</sup>

Er is dus wel degelijk al een **betrokkenheid en bezorgdheid** bij de mensen over problemen gekoppeld aan het verkavelingsmodel op niveau van Vlaanderen, zowel vanuit sociale overwegingen als economische of ecologische. Dit werd ook al vastgesteld in een onderzoek over de mogelijkheden van transformatie van het Vlaams verkavelingsmodel.<sup>63</sup> Uit datzelfde onderzoek blijkt echter dat de meeste inwoners in het algemeen toch nog steeds tevreden zijn over het woonmodel, waardoor het algemeen gevoel van urgentie niet hoog genoeg is om actief achter verandering te vragen. Daarvoor moet volgens de onderzoekers de aantasting van de huidige levenskwaliteit kritischer worden. De toenemende urgentie van de laatste jaren zorgt er alleszins voor dat de bezorgdheid steeds kritischer aan het worden is. Zoals Devoldere verklaart, biedt het niveau van

bezorgdheid dat er nu al is echter ook al mogelijkheden om met de thematieken van ruimtelijk rendement beter ingang te vinden bij het brede publiek.

### **BRUGGEN BOUWEN NAAR PERSOONLIJKE INZICHTEN**

Het inspelen op de dagdagelijkse confrontatie en toenemende bezorgdheid is dus **een eenvoudige manier om nieuwe informatie persoonlijk te maken**. Dit is nodig volgens het 7E-model, want mensen luisteren het liefst als het over hunzelf gaat. Elke mens is het middelpunt van zijn eigen wereld, dus andere informatie wordt best zo persoonlijk mogelijk gemaakt. Het 7E-model beschrijft de noodzaak om de informatie te binden aan de leefwereld van het individu en zijn inzichten. Er moet gezocht worden naar raakvlakken en aanknopingspunten in de ervaringswereld van de burger. De kans is dan veel groter dat mensen effectief gaan luisteren naar de boodschap. Hoewel de kennis en interesse in ruimtelijke planning van het hoger schaalniveau bij de burger vaak beperkt is, kan men dus inspelen op wat er wél aanwezig is bij de meeste Vlamingen, de ervaringskennis en bezorgdheid in zijn dagelijkse omgeving. Verschillende bevolkingsgroepen hebben wel verschillende ervaringskennis en bezorgdheden. Opnieuw is het van belang om per doelgroep na te gaan welke deze zijn, om op een zo persoonlijk mogelijke manier ingang te vinden bij de doelgroep.

Verschillende respondenten benadrukken sterk het belang van het persoonlijk maken door **de brug te maken van de thema's uit ruimtelijk rendement naar de persoonlijke ervaringen** van de burger. Zo zegt Stefan Devoldere:

“Het is belangrijk om die koppeling te maken naar de eigen leefwereld. Dat is de enige manier om de aandacht te trekken en duidelijk te maken dat het iets is dat hun aanbelangt.”<sup>64</sup>

Men moet de bestaande ervaringskennis en bezorgdheid aanspreken en **vanuit die bestaande kennis bruggen gaan bouwen naar nieuwe inzichten**. De bestaande inzichten moeten gekoppeld worden aan nieuwe inzichten. Leo Van Broeck verwoordt het als volgt:

“Weet je, je kan alle dagen besmet water drinken uit een beek naast een stort en klagen dat ze te weinig anti diarree medicijnen leveren, maar je zou beter stoppen met dat slecht water te drinken. Het is zo simpel hè. Je moet de mensen gewoon tonen waar de miserie vandaan komt. Dus die duiding: ‘wat is de link tussen bepaalde problemen en de gevolgen die die problemen hebben veroorzaakt?’”<sup>65</sup>

Dat móet volgens Van Broeck meer gebeuren: “Ik denk communiceren, communiceren, communiceren.”<sup>66</sup> Telkens wanneer zich een maatschappelijk probleem voordoet dat grotendeels een gevolg is van de ruimtelijke ordening, moeten mensen gewezen worden op dat oorzakelijk verband. Ook Stefan Devoldere wijst hierop en duidt de ruimtprofessional aan om deze taak op zich te nemen:

“Ik denk dat het dan aan ons is [...] om in podia, in media, in opiniestukken etc., te proberen op een bevattelijke manier een heldere lijn te trekken van het probleem naar wat dat je eraan kan doen of hoe dat dat te maken heeft met hoe je ruimtelijke planning doet, etc.”<sup>67</sup>

**De sleutel is het persoonlijk maken**, aldus Van Broeck: “Als je vertrekt van zaken die de burger herkent en dagelijks meemaakt, dringt het snel bij iedereen door hoe de ruimtelijke ordening ons maatschappelijk welzijn beïnvloedt.”<sup>68</sup> Men moet de brug maken met de persoonlijke inzichten. Ook Wiet Vandaele bevestigt:

“Je moet op Vlaams niveau uw beleid kunnen uitleggen, ook aan de man in de straat. Als je het hebt over een principe à la gedeconcentreerde bundeling of polycentrisme, wat een enorm abstract, technisch begrip is, dan moet je dat kunnen uitleggen met heel simpele voorbeelden die dat mensen in hun straat kunnen herkennen.”<sup>69</sup>

Men kan dus **simpele, herkenbare voorbeelden** gebruiken. Ook **metaforen** kunnen helpen. Het 7E-model raadt aan om **‘levendige verhalen’** te maken. De informatie levendig maken door persoonlijke anekdotes, associaties met de leefwereld en getuigenissen. Zo lang het maar vanuit de leefwereld van de burger vertrekt.

## 8.1.5. GRENZEN VAN ENLIGHTEN

Het 7E-model waarschuwt, **men mag niet alles verwachten van Enlighten**. Men mag niet hopen dat enkel voldoende informatie geven of genoeg herhalen mensen zal doen veranderen. Net omdat mensen niet de rationele wezens zijn die we vaak denken dat we zijn. We denken liever niet als dat niet moet. We kunnen wel rationeel denken maar dat kost moeite. Dus lopen we de kantjes eraf. Enlighten is dus niet altijd een voldoende of zelfs noodzakelijke voorwaarde. **Soms vormt Enlighten echter wel een hoekpunt**. De hoeveelheid aandacht dat de respondenten gegeven hebben aan aspecten van de Enlighten-hefboom, doet alleszins vermoeden dat het in ruimtelijk rendement wél een hoekpunt vormt. Het 7E-model benadrukt verder dat kennis mee kan bijdragen om mensen te enthousiasmeren. Het ondersteunt dus andere hefboomen zoals Enthuse. Het helpt de motivatie aanscherpen door een groter begrip van het probleem. Het wapent mensen om beslissingen te nemen. Informatie, verheldering en kennis ondersteunen het hele proces. Die ondersteuning kan men in ruimtelijk rendement duidelijk gebruiken. Zeker voor diegenen die nog ‘onwetend’ zijn, maar ook voor diegenen die al ‘bewust’ zijn, maar nog niet inzien dat ze zelf ‘bezorgd’ moeten zijn. Zelfs om diegenen die ‘bezorgd’ zijn tot ‘inzicht’ te laten komen dat iedereen kan bijdragen en dat iedere bijdrage telt. Er zijn nog te veel misvattingen bij het brede publiek die mee verhinderen dat het individu beseft hoe sterk individueel gedrag en beslissingen verbonden zijn aan de grotere maatschappelijke problemen. En daar moet aan gewerkt worden. Vergeet daarbij niet de ‘heilige graal van beknopt informeren’: eenvoudig, gestructureerd, concreet, aantrekkelijk, persoonlijk en efficiënt.<sup>70</sup>

Dat Enlighten effect kan hebben, bewijst een onderzoek uit Japan.<sup>71</sup> Daarbij werd onderzocht of zachte maatregelen, zoals (overtuigende) informatie aanbieden, mensen al kan aanzetten om vrijwillig dichter bij openbaar vervoer te gaan wonen. In het onderzoek kregen studenten – die op zoek waren naar een woning omdat ze aan de universiteit van Tsukuba kwamen studeren – een folder met informatie over de toegang tot openbaar vervoer voor elk studentencomplex in de regio. Zowel een informatieve folder als een overtuigende folder werden getest. Uit het onderzoek blijkt dat de studenten die een informatieve folder hadden gekregen, twee keer meer in de buurt van openbaar vervoer zijn gaan wonen ten opzichte van niet-geïnformeerde studenten. Bij de overtuigende folder waren dat er nog meer. Ook het bezit van een openbaarvervoersabonnement was twee keer zo hoog bij de studenten die een folder hadden gekregen én het effectief gebruik van openbaar vervoer lag significant hoger. De onderzoekers concluderen dan ook dat simpele en relatief goedkope interventies, zoals overtuigende informatie aanbieden, effectief kunnen zijn om de woonkeuze te beïnvloeden én autogebruik te verminderen. De onderzoekers tonen aan dat het soms helemaal niet zo moeilijk hoeft te zijn. Het bevestigt bovendien dat Vlamingen sensibiliseren over woonlocatie en toegang tot openbaar vervoer met een tool als de M-score vermoedelijk wél zinvol is om de woonkeuze te beïnvloeden. Uit het onderzoek in Japan blijkt dus alvast dat met een relatief simpele ingreep een groot effect kan worden verwezenlijkt.

## 8.2. Enthuse

Natuurlijk gaat het overtuigen van mensen ook over **enthousiasmeren**. Volgens het 7E-model moet de interne motivatie aangewakkerd worden. Men moet het individu goesting geven. Men moet bruggen bouwen, linken leggen, het persoonlijk maken. Het individu moet ervaren dat het gedrag aansluit bij zijn persoonlijke waarden, normen en zelfbeeld. Dit betekent niet zomaar een “vind ik leuk”, maar eerder een “dit heb ik nodig” of hier word ik enthousiast van”. Het doel van het gedrag moet daarbij **persoonlijk gemaakt worden**. Daarnaast kan men positieve **verwachtingen** gaan wekken omtrent de beleving van het gedrag, maar ook over de mogelijke gevolgen (verwachte voordelen, te vermijden verliezen,...).



Figuur 8.3: schema van de Enthuse-hefboom uit het 7E-model

### 8.2.1. MAAK HET DOEL PERSOONLIJK

Bij Enlighten was het al duidelijk: mensen overtuigen betekent onder andere het persoonlijk maken. Mensen enthousiast maken doet men door op zoek te gaan naar aanknopingspunten, niet alleen in de persoonlijke inzichten en ervaring – zoals beschreven bij Enlighten –, maar ook **aanknopingspunten in de waarden van het individu**. Men moet bruggen bouwen van de eigen waarden naar de waarden verbonden aan ruimtelijk rendement. Zodat duidelijk is dat de waarden aansluiten bij die van het individu. De doelgroep moet zich erdoor aangesproken voelen en zich erin kunnen herkennen. Het 7E-model beschrijft het als het neerhalen van het ‘dit is niks voor mij’-hek.

Misschien vindt iemand bijvoorbeeld esthetiek of efficiëntie heel belangrijk, daarop zou men in kunnen spelen om de brug te maken naar ruimtelijk rendement. Zoek niet de aanval op, maar **zoek naar wat verbindt**. Volgens het 7E-model kan men aanknopingspunten vinden in waarden – het hoogste conceptuele niveau – maar ook in concrete thema’s of gewoon in het concrete gedrag zelf. Het is zaak om de ingang te vinden die de doelgroep het meest zal aanspreken. Het 7E-model beschrijft deze aanknopingspunten als de lonten om de kaars van enthousiasme bij de mensen aan te steken.<sup>72</sup>



Figuur 8.4: een schema over het zoeken naar aanknopingspunten via Waarden, Thema's & Concreet gedrag (bruggen bouwen tussen WTC-torens volgens het 7E-model)

## 8.2.2. WEK POSITIEVE VERWACHTINGEN

### “SELL THE SIZZLE”

Verschillende respondenten benadrukken dat men in communicatie rond ruimtelijk rendement beter niet belerend doet. **Schuld scheppen is niet de juiste manier om mensen te overtuigen.** Zo zegt Joeri De Bruyn:

“Mijn vader woont in zo’n verkaveling. Ik zeg hem dan ‘jij met uw passiefhuis, sorry, maar mijn huis is niet geïsoleerd en ik ben veel duurzamer, want jij hebt uw auto nodig om naar de winkel te gaan en ik heb zelfs geen auto’. Dat is dan van ‘ja, ja’. Op het einde zegt die gewoon ‘ja, ik woon hier graag’. Dus dat is niet de juiste manier.”<sup>73</sup>

Tegen mensen zeggen dat ze niet goed bezig zijn, werkt meestal niet zo goed. **Schuldgevoelens creëren en stigmatiseren** doen volgens het 7E-model mensen afkeren van de boodschap. Men kan het individu niet eerst beledigen en dan nog iets van hun verwachten. Het laatste dat men dus moet doen is zeggen dat het mensen hun eigen domme schuld is dat ze in de file staan, omdat ze ervoor gekozen hebben om ‘op den buiten’ te wonen. Men zoekt medestanders, geen tegenstanders.<sup>74</sup> Ook Leo Van Broeck bevestigt:

“Ik denk dat alle communicatiestrategieën die werken op moraliserende, bijna culpabiliserende stellingnames, van ‘pas op, je leeft in te lage dichtheid en [...]’, dat is niet goed, die mensen kunnen daar niet aan doen, het is gestimuleerd door de overheid, het mocht, het zat in de regelgeving.”<sup>75</sup>

Het 7E-model raadt dan ook aan om het **ongewenste gedrag te excuseren**. Men moet hun eenvoudige excuses geven zodat ze voor zichzelf kunnen verklaren waarom ze het gewenste gedrag nog niet stelden. Mensen hebben immers niet graag zo’n ‘cognitieve dissonantie’, er is een drang naar consistentie in het eigen gedrag.

Alle focus op het negatieve is eigenlijk ongunstig. Een andere klassieker is het **doemspreken**, bijvoorbeeld over het klimaat. Filip Canfyn vergelijkt het doemspreken met Armageddon films:

“Daar lach je mee. Verleden jaar hebben we er even mee ingezet dat Ebola naar hier ging komen. En nu is het die mug van Brazilië. Pff. Eigenlijk zit je daar niet mee in.”<sup>76</sup>

Volgens het 7E-model is niet iedereen even vatbaar voor angst. Resultaten uit onderzoek over de effectiviteit ervan spreken elkaar vaak tegen. Men moet dus **opletten voor het inspelen op die angst en urgentie via doembeelden**. Vooral doembeelden schetsen zonder een uitweg is een slecht idee. Als klimaatwetenschappers zeggen dat klimaatverandering ‘onafwendbaar’ is, dan maakt dat mensen moedeloos. Mensen worden ‘moe van milieu’.<sup>77</sup> Men mag niet sensibiliseren over iets zonder haalbare en zinvolle oplossingen aan te reiken. Dat leidt eerder tot het tegenovergestelde: defaitisme in plaats van enthousiasme.<sup>78</sup>

In de strijd tegen klimaatverandering is dit een gekende problematiek. Men stelt vast dat wetenschappers al jarenlang oproepen dat men het anders moet gaan aanpakken omdat het fout gaat aflopen, maar deze tactiek lijkt niet te werken. *Futerra sustainability communications* maakt een scherpe analyse en stelt vast: men moet niet luider gaan roepen over klimaatverandering, maar wél slimmer. Ze gebruiken een oud gezegde uit de verkoop om hun punt bij te staan:

*“Don’t sell the sausage – sell the sizzle!”<sup>79</sup>*

Men probeert al jaren klimaatverandering zelf – de mogelijke hel – te ‘verkoppen’ via waarschuwen en het schetsen van doembeelden, maar niemand lijkt het te kopen. We moeten volgens *Futerra* **op zoek naar de ‘sizzle’ van klimaatverandering**. Dat is het geheim van succesvol verkopen. Klimaatverandering is volgens hun niet meer het probleem van de wetenschapper – want de wetenschap heeft zijn feiten al op tafel gelegd – maar is nu het probleem van de verkoper. We moeten volgens *Futerra* leren van dat oude gezegde om vernieuwende en effectievere manieren te zoeken om over klimaatverandering te communiceren met een breed publiek. Alleen ‘sizzle’ kan iets schijnbaar onaantrekkelijk, zoals het noodzakelijke beleid om klimaatverandering te temperen, verkopen. Net als in deze thesis beweert *Futerra* dus dat men kan leren uit de marketing om maatschappelijke uitdagingen zoals klimaatverandering aan te brengen. De belangrijkste boodschap van *Futerra* is: stop met de hel te verkopen. Armageddon beelden lijken misschien sprekend, maar ze hebben mentaliteit en gedrag bijlange niet voldoende veranderd.<sup>80</sup>

In de plaats van de hel te verkopen, moet men beginnen met de hemel te verkopen. Want als we de hel verkopen, dan is dat wat we zullen krijgen. Dat is de **kracht van mentale intentie**. Mensen maken datgene waar wat ze zich het sterkst kunnen inbeelden. Daarom moet men net een positief en tastbaar doel vooropstellen, want dan is de kans groter dat men dat zal bereiken, aldus *Futerra*:

*“It’s a truly scientific phenomenon that when you change the way you look at things, the things you look at change.”<sup>81</sup>*

*Futerra* biedt een **concreet stappenplan om mensen te enthousiasmeren met een nieuwe klimaatboodschap**. Hun methode is gebaseerd op wereldwijd marktonderzoek, psychologische inzichten en ervaring met het communiceren over duurzaamheid. De nieuwe klimaatboodschap moet volgens *Futerra* steeds beginnen met een positieve visie voor de toekomst, **de belofte van de ‘hemel’**. Het grijpt de verbeelding, raakt de emoties van hoop en vooruitgang en creëert enthousiasme voor de toekomst. Ze geven de volgende vier tips om een wervende visie op te stellen. 1) Maak het visueel: creëer beelden. 2) Maak het nationaal of lokaal: refereer naar plaatsen en ruimten in de buurt. 3) Maak het begeerlijk (de ‘sizzle’): als de visie niet begeerlijker is dan wat er vandaag is, waarom zouden mensen er dan naar streven. Een begeerlijke toekomst is dé essentie van de ‘sizzle’. 4) Gebruik geen cijfers en data: een visie bevat geen cijfers, maar verbeelding, cijfers komen later. Eens men de mensen met een positieve visie heeft begeesterd moet men volgens *Futerra* **toch de hel tonen**. Mensen kunnen nu wel naar de ‘hel’ luisteren, want ze weten al hoe de ‘hemel’ eruit ziet. Hoe persoonlijker de ‘hel’ vervolgens beschreven wordt, hoe pakkender de boodschap. De klimaatchaos die we willen vermijden, moet getoond worden en de daarbij horende keuze moet uitgelegd worden. Het komt er hier op aan de link tussen het probleem en de oplossing zeer duidelijk te maken (zie Enlighten). Eens mensen weten dat ze de ‘hemel’ willen is het nog de vraag hoe ze daar kunnen raken. Dit is de volgende stap. Daarbij geeft men best een **sterk en simpel vijf-jaren-plan**. Geen twintig of dertig jaar, want dat is te ver weg. Geef een korte lijst van significante acties die men ambieert. Ten laatste moet men **concrete acties voorleggen** waarmee iedereen kan helpen. Het moet specifiek zijn en duidelijk hoe die zullen helpen om de droom te bereiken. Hier zijn cijfers wel op hun plaats. Gebruik de cijfers hier om beleid en acties te ondersteunen. Bovendien kan men het publiek iets meegeven dat ze vandaag al kunnen doen. Niet morgen, maar nú. Dit maakt volgens *Futerra* de ‘verkoop van de sizzle’ rond. *It seals the deal.*<sup>82</sup>

## KRACHT VAN DE UTOPIE

De belangrijkste boodschap is dat men meer moet leren **inzetten op het positieve verhaal**. We moeten leren de ‘sizzle’ verkopen, aldus *Futerra*. We moeten visuele en begeisterende beelden creëren voor een lage emissie-toekomst en mensen daarvan laten dromen. Het 7E-model bevestigt en citeert daarbij Antoine de Saint-Exupéry:

“Als je een schip wil bouwen, jaag dan de mensen niet op om hout te verzamelen, overstelp ze niet met taken en werk, maar leer hen eerder te verlangen naar de eindeloze uitgestrektheid van de zee.”<sup>83</sup>

Zo moet de ruimtelijke planner de ‘sizzle’ van ruimtelijk rendement leren verkopen. Verschillende respondenten benadrukken dat de planner best geen schuld schept, maar inderdaad moet inzetten op het tonen van het positieve alternatief. Joeri De Bruyn maakt de analogie met **‘Utopia’ van Thomas More**. Thomas More verkende de kracht van de utopie al vijfhonderd jaar geleden. In het eerste deel van zijn boek geeft Thomas More kritiek op de samenleving. Kritiek geven blijkt echter niet effectief. In het tweede deel stelt hij dan ‘Utopia’ voor. De onbestaande goede plaats. Ook al is de utopie een onbereikbare plaats, de connotatie die Thomas More eraan geeft is niet negatief, de utopie ondersteunt verandering en verbetering van de samenleving. Dromen over een ver, onbestaand, maar ideaal eiland werkt veel beter dan kritiek geven. De utopie helpt “zaadjes planten”<sup>84</sup>. De Bruyn trekt de lijn door naar ruimtelijk rendement:

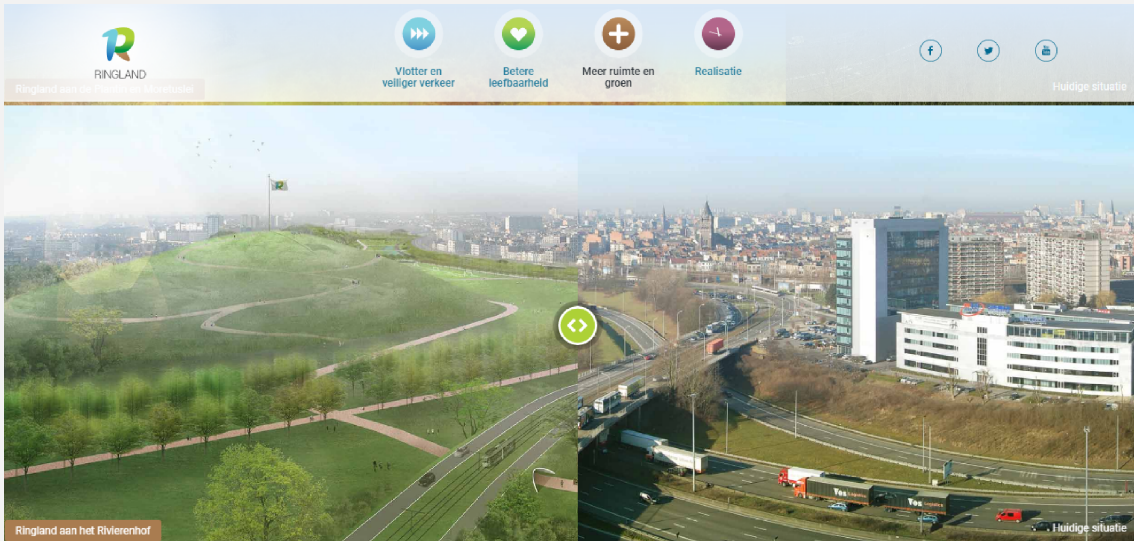
“Ik denk dat je de aantrekkelijkheid van andere vormen van wonen moet aantonen. Het Utopia verhaal maar zonder de fictie.”<sup>85</sup>

Wiet Vandaele benadrukt dat men die **pull-factor** nog veel te weinig heeft ingezet. Op het schuldgevoel van mensen inspelen – de push-factor – werkt slechts gedeeltelijk en er is volgens Wiet Vandaele nood om het positieve verhaal meer te vertellen. Men moet positieve verwachtingen creëren over de gevolgen van ruimtelijk rendement. Dat is volgens Vandaele een belangrijke rol van het plannersberoep:

“Ik denk dat we in het verleden – en dan spreek ik vooral over de Vlaamse Overheid – isschien te veel die bewustmaking hebben geprobeerd te benaderen vanuit een soort schop-de-mensen-een-geweten-idee. Zo van ‘weten jullie wel wat voor footprint jullie hebben, zou je niet best verhuizen naar de stad?’, terwijl dat we eigenlijk nooit het verhaal hebben gebracht van ‘wonen in de stad is best wel tof en je kan hier te voet naar de bakker en een *klapke* doen en uw kinderen kunnen hier veilig leren fietsen’.”<sup>86</sup>

An Rekkers zei het ook al: de gewone burger komt vooral in contact met de negatieve macht van ruimtelijke planning in plaats van met de positieve maatschappelijke impact die ruimtelijke planning kan hebben. Ruimtelijk rendement is nog te vaak een verhaal van minder, dichter, moeten en verbieden (“betonstop”), maar ook schuld scheppen en doemspreken (klimaatverandering). Hiermee benadrukt men te veel de negatieve positie van ruimtelijke planning. Ruimtelijke planning moet nu eenmaal de schaarse ruimte verdelen en dat is een inherent ‘negatieve’ positie. Beter toont men de **kracht van planning** die daaruit ontstaat: de verbeelding en creativiteit in alternatieve ontwerp oplossingen. Het beeld van planning als het afleveren-van-bouwvoorschriften moet doorbroken worden. Planning bezit de verbeelding en creativiteit om een positief verhaal te kunnen genereren. De planner heeft daarbij de overtuigende rol om met wervende beelden mensen aan te spreken. Dit impliceert dat de planner een sterkere rol moet opnemen, niet een louter faciliterende rol in participatie. Zoals Louis Albrechts het reeds zei: de planner moet blijven geloven in de maakbaarheid van de ruimte. Hij moet de haalbare utopie schetsen, wervende alternatieven creëren en mensen ermee overtuigen.





Figuur 8.5: de 'utopische' beelden van Ringland op hun website (linkerhelft 'utopie', rechterhelft huidige situatie)

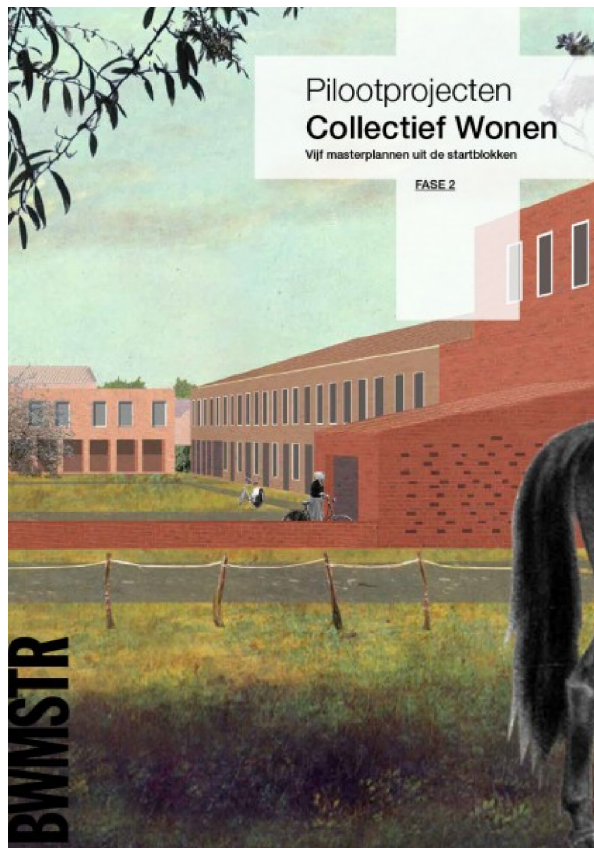
In Antwerpen hebben de **burgerbewegingen** (StRaten-Generaal, Ademloos, Ringland) al bevestigd wat de kracht van een utopie is. Twee respondenten beschrijven dat deze bewegingen zonder belerend te zijn, een alternatief hebben getoond voor een leefbaarder Antwerpen. Mét resultaat, de actievoering en verbeelding van Ringland en de andere organisaties hebben vele Antwerpenaren bewogen en hebben zelfs geleid tot een "historisch akkoord" dat het sluitpunt vormt van meer dan twintig jaar discussie rond de Oosterweelverbinding.<sup>87</sup>

Oswald Devisch benadrukt dat men om een positief verhaal te schetsen bovendien geen concreet project nodig heeft. Het gaat om het tonen dat het anders kan dan vandaag. Er zijn alternatieven, de denkbeelden worden veranderd. Dát is de essentie. Er hoeven nog geen concrete oplossingen of projecten te zijn, daar wordt net naartoe gewerkt via de begeestering die het positief verhaal teweeg brengt. Ook voor een abstracter beleidsplan als het BRV is het mogelijk. De campagneposters van 'Ruimte voor morgen' (zie p.33) zijn daar alvast een goed voorbeeld van, aldus Devisch.

Sommige ruimteprofessionals moeten echter net oppassen om de utopie niet te ver door te drijven. De 'Pilotprojecten Collectief Wonen' in opdracht van Team Vlaams Bouwmeester tonen voorbeelden van ruimtelijk rendement in verkavelingsvlaanderen en die beelden zijn volgens Joeri De Bruyn iets té utopisch:

"De Pilotprojecten zijn zelfs al te veel Utopia, als je dat ziet, dat is zelfs bij momenten griezelig. [...] Daar zijn heel wat projecten waar zo'n soort democratische imperatief in zit [...], van 'ja, mensen moeten elkaar ontmoeten'. Zo tuintjes en daar staan dan geen hekjes meer tussen enzovoort. [...] Dat vind ik daar een beetje griezelig aan, dat de architectuur en de ruimte heel hard aanstuurt op het informele ontmoeten. [...] Dat zijn van die dingen als je het te ver door drijft in de utopie, daar krijg ik kickenvel van."<sup>88</sup>

De utopie is dus een gevoelige evenwichtsoefening tussen durven dromen en beseffen waar de grenzen zijn, anders riskeert men dat mensen net afgeschrikt worden door de utopische beelden. Het moet een haalbare utopie zijn die een gezonde dosis voeling vertoont voor wat de mensen nodig hebben, willen en kunnen accepteren.



Figuur 8.6: de cover van de tweede publicatie over het onderzoekstraject 'Pilotprojecten Collectief Wonen'

## HUMOR?

Ook Leo Van Broeck erkent de nood om minder op het negatieve te focussen om in ruil meer te duiden wat de positieve effecten zijn van een alternatieve ruimtelijke ordening. Van Broeck en stand-up comedian en activist Wouter Deprez hebben al gebrainstormd over een nieuwsoortige lezing waarbij ze zouden proberen humor in te zetten als strategie in plaats van mensen belerend toe te spreken. Zo zegt Van Broeck:

“Het [idee] was eigenlijk gewoon van ‘hoe komt het dat die communicatie nu al zoveel jaren loopt en dat een maatschappij niet verandert?’, misschien komt dat gewoon omdat we nog geen Geert Hoste van de ruimtelijke ordening hebben...”<sup>89</sup>

Van Broeck verklaart dat **het inzetten van humor en zelfrelativering een draaglijkere variant is van het mensen voorhouden van een spiegel** en gelooft dat humor kan werken om te sensibiliseren:

“Je kan mensen sneller van gedacht doen veranderen door ze met zichzelf te laten lachen. Door het absurde van de situatie te tonen in plaats van ze belerend, moraliserend en bestraffend toe te spreken.”<sup>90</sup>

In het 7E-model en de strategie van *Futerra* wordt er echter weinig aandacht gegeven aan humor als strategie voor sensibilisering. Humor is een bepaalde manier om mensen te boeien en vast te houden en het zal bij sommige doelgroepen beter werken, maar het is geen kritieke techniek om gedragsverandering te realiseren. Zoals Van Broeck zelf benadrukt, stimuleert humor alvast wel een debat:

“Humor is het begin van de omkering: als ermee gelachen mag worden is het al geen heilig huisje meer. Dan is er al marge die bespreekbaar is.”<sup>91</sup>



Figuur 8.7: Leo van Broeck en Wouter Deprez in hun 'natuurlijke' omgeving

Bovendien geldt steeds: hoe meer erover gesproken wordt, hoe beter. Een boeiende, grappige lezing over de absurditeit van ons woonmodel – gegeven door twee bekende Vlamingen – kan zeker bijdragen aan de sensibilisering, maar waarschijnlijk eerder door de hoeveelheid aandacht die het mogelijks zou krijgen bij een breed publiek. Het zou een aanleiding zijn om veel mensen erover te doen praten en een breed debat te openen. Een aantrekkelijkere vorm van 'lezing' zou een nieuw en breder publiek kunnen bereiken. Hoe dan ook is elk initiatief dat tracht het debat te verrijken waardevol.

#### WEK VERWACHTING OMTRENT HET GEWENSTE GEDRAG

Essentieel voor het inzetten van de utopie of het positief verhaal is natuurlijk dat de toekomst ook effectief beter zal zijn. Het gewenste gedrag zal moeten meevallen (zie 8.4 Experience), anders zal het enthousiasme snel uitgedoofd zijn. Het gewenste gedrag moet begeerlijk zijn. Volgens Leo Van Broeck is wonen volgens de concepten uit ruimtelijk rendement begeerlijker dan het Vlaanderen van vandaag:

"Het alternatief gaat niet eens pijn doen. In tegendeel – dat is het leuke – de oplossing is niet minder. [...] ons model nu eist volop toegevingen: tijd in de file, *quality time* met uw kinderen is weg, stress, burn-out op het werk neemt toe door filetijd, echtscheidingen nemen toe door filetijd, obesitas neemt toe in verkavelingen, vier keer meer verkeersdoden door verkavelingen. Dus het is nu minder dan wat het zou moeten zijn."<sup>92</sup>

Het 7E-model raadt aan om verwachtingen te creëren rond de beleving van het begeerlijk gedrag. Vertel niet alleen over de zin, maar over alle onderdelen van de beleving (emotie, lichamelijk, verwondering, identiteit, sociaal: zie 8.4 Experience). De beleving overdrijven mag ook niet, anders botst de verwachting van de beleving op teleurstelling in de realiteit. De utopie kent zijn grenzen. Men mag de beleving oppoetsen, maar niet overdreven aandikken. Enthousiasmeren moet steeds vertrekken vanuit de werkelijke beleving die is opgetrokken rond het gewenste gedrag. Enthuse en Experience gaan hand in hand.<sup>93</sup>

#### (VOOR)BEELDEN

Positieve verwachtingen wekken omtrent gedrag kan volgens het 7E-model niet alleen door te laten dromen en vooruitblikken, maar zelfs nog beter door mensen al van het gedrag te laten proeven. Beleving primeert immers altijd. "Beleving is de leermeester van alle dingen"<sup>94</sup> zegt het 7E-model (zie 8.4 Experience). Oswald Devisch herkent dit in de capaciteitsopbouwprocessen die hij doet in de verkaveling: in spelvorm ervaren de mensen persoonlijk wat de meerkost is, waar de winsten liggen, en dat werkt.

De vraag is echter hoe men ruimtelijk rendement op grote schaal al eens kan laten voorproeven. Stefan Devoldere benadrukt het belang van **het beleven van goede voorbeelden**:

"Als mensen dat in het echt zien of beleven, dan heeft iedereen gesnapt waar het over gaat. Wanneer je een tekeningetje van een project toont, dan zullen slechts twee op de tien snappen waar het over gaat."<sup>95</sup>

Mensen warm maken voor bepaald gedrag kan men dus doen door het hen al eens positief te laten ervaren, aldus Devoldere. Grootschalige evenementen – zoals ‘Dag van de Architectuur’, ‘Mijn huis, mijn Architect’, ‘Vlaamse Renovatiedag’, etc. – die toelaten dat projecten op een positieve manier bezocht en beleefd kunnen worden, hebben hun effect volgens Stefan Devoldere. Het doet nadenken over mogelijkheden zoals ‘Dag van de Gezinsvriendelijke stadswoning’ om mensen te laten beleven dat wonen in de kern aangenaam en gezinsvriendelijk kan. Men zou in contact komen met de bewoners, verhalen kunnen delen en ‘live’ aanschouwen hoe het leven eraan toe gaat in een stadswoning en een gezinsvriendelijke buurt. De bewoners kunnen toelichting geven over hun mobiliteitssituatie etc. Bovendien zou zo’n dag aanleiding kunnen zijn om nog eens de nadruk te leggen op het feit dat ruimtelijk rendement niet alleen mogelijk is via hoog- en middelhoogbouw, maar ook via laagbouw.

Men kan ook de beleving **in tweede hand laten ervaren**, bijvoorbeeld via de brede pers (krantenartikelen gestoffeerd met foto’s of video’s, tv-reportages). Zo benadrukt Stefan Devoldere:

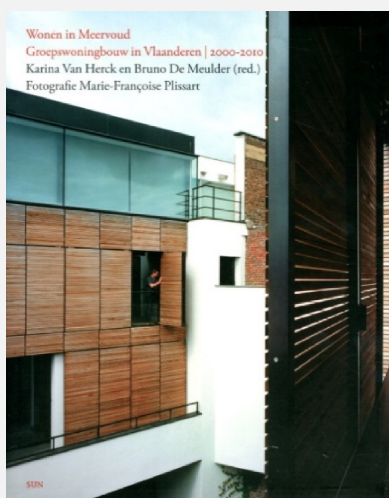
“Tegelijkertijd is het belangrijk om in de brede communicatie te zorgen dat goede voorbeelden opgepikt worden om ervoor te zorgen dat ze zoveel mogelijk gezien en beleefd worden. Het is door zo’n project te zien of een reportage op Vitaya bijvoorbeeld te bekijken, dat mensen beseffen ‘Ah wauw, je kan daar ook sjiek wonen. Dat is wel interessant, als je een zwembad deelt met enkele gezinnen kan je dat wél betalen.’”<sup>96</sup>

Zeker met de immer evoluerende digitalisering van de maatschappij kan er redelijk eenvoudig worden ingezet op het delen van voorbeelden. De brede pers is misschien moeilijker om te bereiken (en te beïnvloeden in wat ze zullen delen), maar er kan daarnaast ook worden ingezet op de uitbouw van eigen websites en sociale media om goede voorbeelden toegankelijk te maken naar een breder publiek en deze zo veel mogelijk beleefd te laten worden. Men kan projecten tonen via foto’s en video’s, zelfs via *virtual reality*. Projectontwikkelaars beginnen steeds meer *virtual reality* te gebruiken om hun nog ongebouwde projecten te verkopen. Dus beleving via digitale kanalen werkt. Het is als een soort kijkwoning 2.0. Het delen van projecten via digitale kanalen is een middel om beleving van projecten mogelijk te maken, weliswaar op een minder directe manier dan in het echt, maar het is een relatief eenvoudige manier om veel mensen te bereiken die de projecten anders nooit zouden beleven. Bovendien stelde men in de analyse van het RSV ter voorbereiding van het BRV vast dat de uitholling van het draagvlak voor het RSV voor een stuk te wijten was aan het gebrek aan politieke PR, men had onder andere meer moeten werken aan het verspreiden van goede voorbeelden.<sup>97</sup> Meer inzetten op het realiseren en laten beleven van goede voorbeelden is dus zeker geen dom idee.

Om goede voorbeelden van ruimtelijk rendement te delen, kan het relevant zijn te bekijken of het mogelijk is om een online platform uit te bouwen waar dat kan gebeuren, bijvoorbeeld binnen de Bouwmeesterwerking of vanuit het Departement Omgeving. Via het platform zou dan ook duidelijk worden dat wonen volgens ruimtelijk rendement gerealiseerd kan worden zowel in de stad als in een kern in het buitengebied, en – zoals hierboven reeds gesteld – zowel in laagbouw als in hoogbouw. Dit zou kunnen helpen om misconcepties rond ruimtelijk rendement uit te klaren en tegelijkertijd de beleving van goede voorbeelden toegankelijk te maken. Het zou ook eventueel gecombineerd kunnen worden met een soort ‘label’ specifiek gericht op woonprojecten die ruimtelijk renderen, als een soort informele tegenhanger van het veel gebruikte ‘BEN’-label dat louter focust op energieduurzaamheid. Het 7E-model benadrukt namelijk dat het belangrijk is om associaties te verzorgen. Niet alleen de beelden die men gebruikt, maar ook de woorden en kleuren roepen herinneringen en gevoelens op. Daar moet je volgens het 7E-model rekening mee houden bij het **‘ramen’ van de boodschap**. Ook Joeri De Bruyn beaamt dit. Hij werkte mee aan het boek ‘Wonen in Meervoud’ over kwalitatieve groepswooningbouw (zie kader) en ondervond daarbij het belang van ‘ramen’:

“Wij hebben dat niet ‘co-housing’ genoemd. Want dan krijg je zo meteen die commune en samenwonen. Nee, het gaat over volwaardige huizen waar iedereen op zijn eigen woont – want mensen vinden dat belangrijk – maar doordat je in meervoud woont, ontstaan er mogelijkheden die je anders niet zou hebben.”<sup>98</sup>

Het boek **‘Wonen in Meervoud’**<sup>99</sup> kaderde binnen een gelijknamige campagne van de Vlaamse overheid uit 2009 om groepswooningbouw aan te moedigen als een kwaliteitsvol alternatief voor individuele woningbouw en werd uitgewerkt door een groep academici, architecten, stedenbouwkundigen en communicatiedeskundigen. Het bestond uit een online communicatieplatform, een architectuurprijs, verschillende rondetafelgesprekken en een aantal projectbezoeken van groepswooningbouw. Naast de promotie van kwalitatieve groepswooningbouw, werd uit de verschillende initiatieven kennis verzameld om over de woningproductie in Vlaanderen te gaan reflecteren. Dit heeft vervolgens ook aanleiding gegeven tot verdere studie. De campagne was echter eenmalig en dus ook het online communicatieplatform werd ondertussen afgesloten. Het voorgestelde online platform in deze thesis, dat goede voorbeelden zou laten beleven en labels zou uitdelen, lijkt hier wat op aan te sluiten en doet nadenken of de verzamelde kennis, foto’s, verhalen, etc. uit de campagne ‘Wonen in Meervoud’ misschien online toegankelijk kunnen gesteld worden en vervolgens blijvend aangevuld kunnen worden met nieuwe projecten en verhalen van bewoners van de oorspronkelijke en nieuwe projecten.<sup>100</sup>



Figuur 8.8: cover van het boek 'Wonen in Meervoud'

Men kan naast ‘framing’ ook aan ‘priming’ doen. Dit werd al kort aangehaald bij de hefboom Enlighten. Mensen nemen steeds herhaalde begrippen en ideeën onbewust op. ‘Priming’ is het doelbewust opbouwen van nieuwe associaties. Om terug te komen op de terminologie die men gebruikt heeft in de brede pers in het kader het Witboek BRV: ‘betonstop’ is geen goede manier van ‘primen’. Dit is negatief ‘primen’: men bouwt negatieve associaties op en dit leidt mensen net verder weg van het doel. Het voorgestelde online platform, dat goede voorbeelden zou laten beleven en labels zou uitdelen, zou in combinatie met een goed gekozen terminologie, gebruikt kunnen worden om de Vlaming op een positieve manier te ‘primen’ voor ruimtelijk rendement. Er zou dus een term gezocht moeten worden die even goed ‘bekt’ als ‘betonstop’, maar de juiste ‘framing’ hanteert zoals ‘Wonen in Meervoud’. Bijvoorbeeld het ‘real green dream’-label, dat bekt wel redelijk goed. Het speelt in op de klassieke ‘groene droom’ van de Vlaming, maar geeft er een twist aan. Het probeert de Vlaamse groene droom te resetten naar een echte groene droom voor een duurzame toekomst. Het online platform met ‘catchy’ term zou bewustmaking rond ruimtelijk rendement kunnen vergroten en langzaam een vaste waarde kunnen worden in het geheugen van de Vlaming. Dit vraagt in tegenstelling tot de eenmalige campagne ‘Wonen in Meervoud’ wel een langdurige investering. Louis Albrechts doet een interessante suggestie: men hoeft niet altijd alles zelf te doen, men kan ook op zoek gaan naar interessante samenwerkingsverbanden met universiteiten en studenten voor het realiseren van een website, video’s, etc.

Het delen van voorbeelden hoeft zich bovendien niet – en dat doet men best ook niet – te beperken tot het droog tonen van een project via beelden. Voeg er verhalen aan toe. Toon het leven van de mensen, in hun woning en misschien zelfs ook daarbuiten. De voorbeelden moeten de ‘sizzle’ bevatten, aldus *Futerra*.<sup>101</sup> Bovendien kunnen er op die manier aanverwante onderwerpen zoals bijvoorbeeld mobiliteit aan gekoppeld worden. Het 7E-model waarschuwt voor té veel herhaling van dezelfde boodschap, dit wekt verveling. Het brengen van voorbeelden en voorbeeldverhalen is een goede manier om op een afwisselende manier steeds dezelfde boodschap te brengen en het nieuwe gedrag te laten proeven tot ze ‘top of mind’ is.

Daarnaast wijst Stefan Devoldere op de noodzaak dat er ook innoverende voorbeelden gerealiseerd moeten blijven worden. De ontwikkeling en realisatie van innovatieve projecten zoals bijvoorbeeld de Pilotprojecten Collectief Wonen moeten daarom ondersteund blijven worden door het beleid.

### **WEES AANSTEKELIJK**

*Last but not least*, mensen enthousiast maken doet men door aanstekelijk te zijn. Men moet zelf enthousiast zijn en passie tonen voor het doel en er heilig in geloven dat het gewenste gedrag leidt tot dat doel. Hoe denkt men anders ooit een ander te overtuigen? Ook *Futerra* sluit hiermee af:

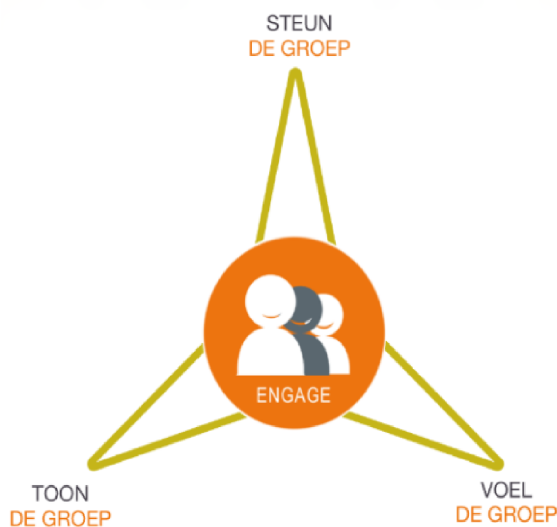
*“remember this: no matter the message, it’s your passion and dedication that sizzles”*<sup>102</sup>

In Vlaanderen duidt Leo Van Broeck dit principe goed: zijn toewijding en passie voor ruimtelijk rendement brengt hij over in talloze lezingen en hij steekt er langzaam mensen over het hele land mee aan.

## 8.3. Engage

Gedrag ten voordele van klimaat of maatschappelijke belangen krijgt vaak weinig populariteitspunten.<sup>103</sup> Er is nood aan sociale motivatie. Zeker bij gewoontes en tradities die zo diep zijn ingebed in de maatschappij als de verkaveling in Vlaanderen, kan sociale motivatie en status een belangrijk element zijn. We zijn namelijk allemaal sociale wezens en laten ons gemakkelijk leiden door wat anderen in onze omgeving doen. Het is dus belangrijk om bewust om te gaan met de druk van **sociale netwerken** en om beïnvloeders in de sociale hiërarchie te overtuigen om achter het gewenst gedrag te staan. Op die manier kan het gedrag langzaam **sociaal aanvaardbaar** gemaakt worden en zelfs tot **sociale norm** opgetild worden.

Het 7E-model beschrijft drie concrete facetten om sociale steun te bevorderen. Ten eerste moet men de groep steunen die het gedrag al stelt. Ambassadeurs kunnen gesteund worden met **'walkables en talkables'**: deelbare verhalen en gadgets om het eenvoudiger te maken om over het gedrag te getuigen. Deze ambassadeurs krijgen vervolgens een spotlight op zich om te tonen dat een groep het gedrag al stelt. Het maakt duidelijk dat het individu niet de enige is en dat de omgeving het gedrag ondersteunt. Ten derde kan men mensen in contact te brengen met de motiverende groep door bijvoorbeeld voornemens te delen of evenementen te organiseren. Een 'Dag van de Gezinsvriendelijke stadswoning' organiseren – zoals gesuggereerd bij de Enthuse-hefboom – is een goed voorbeeld om sociale motivatie te illustreren. Zo'n dag ondersteunt ten eerste alle gezinnen die in de stad wonen, omdat het blijkt geeft aan waardering van hun woonkeuze. De bewoners – of ambassadeurs – die hun deuren openstellen zullen ook steun moeten ontvangen om op een eenvoudige manier hun positieve verhalen te gaan delen met bezoekers. Bovendien toont zo'n dag dat er weldegelijk heel wat mensen wonen in een gezinsvriendelijke stadswoning én dat er heel wat mensen in geïnteresseerd zijn. Ten laatste laat zo'n evenement natuurlijk de groep voelen, zowel aan bewoners als geïnteresseerden.



Figuur 8.9: schema van de Engage-hefboom uit het 7E-model



### 8.3.1. KRACHT VAN DE COLLECTIEVE UTOPIE

Sociale motivatie kwam in de interviews enkel aan bod als deel van de kracht van een utopie. De utopie werd al toegelicht bij de Enthuse-hefboom, maar past ook onder de Engage-hefboom. De utopie zorgt er namelijk niet alleen voor dat men mensen kan enthousiasmeren door een positief verhaal te vertellen, maar ook dat men mensen kan engageren door de sociale kracht die achter een collectieve utopie zit. Één respondent benadrukte deze kracht expliciet: wanneer een gemeenschap samen droomt van een beeld, is dat volgens Peter Triest iets moois. Hij haalt er een Nederlands voorbeeld bij dat hij lovenswaardig vindt:

"Het enige dat ik echt heel knap vind, is wat ze in Nederland hebben gedaan. Daar hebben ze tien nationale monumenten uitgeroepen. Bijvoorbeeld de Waddenzee. Vooral natuurgebieden. Die zijn echt mythisch aangetoond wat voor een waanzinnige verwezenlijking het is geweest van hun als volk om dat zo in stand te houden. Dat vond ik heel knap. Dat is dat dromen. Dat je de ruimte echt zo terug belang geeft."

Peter Triest drukt uit dat men in Vlaanderen misschien ook zo'n droom moet creëren. Met Ringland is er alvast voor het eerst in Vlaanderen ook een collectieve utopie aan het werk die tot nu toe veelbelovend lijkt te zijn. Misschien moet men in verkavelingsvlaanderen ook wel bouwen aan zo'n droom, een droom voor de natuur en open ruimte, zoals in Nederland en Ringland. Want wie is er nu tegen meer open ruimte... Niemand toch? Natuur en open ruimte kan een ingang vormen om iedereen te doen verenigen. Want de focus ligt dan niet op het wonen en hoe men moet gaan wonen, maar wat men met de natuur en open ruimte wil aanvangen én die is van iedereen.

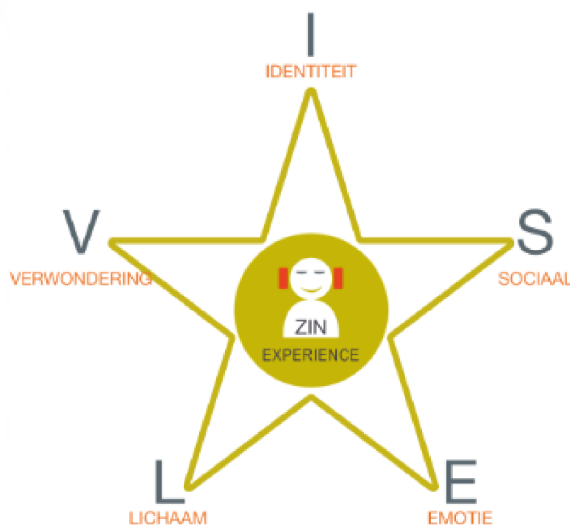
In België zijn er tien Natuurparken (natuurgebieden groter dan 1000 ha). Één ervan ligt in Vlaanderen en werd slechts opgericht in 2006, namelijk het Nationaal Park Hoge Kempen in Limburg. Waarom dromen we er niet van dat elke provincie zo'n groot natuurpark heeft? Het lijkt misschien kort door de bocht of uit de lucht gegrepen, maar dát is de kracht van de utopie. Misschien kan zo'n droom ons helpen de 'ont-kaveling' te accepteren, want we willen met z'n allen terug échte natuur in elke provincie. We willen er fauna en flora kunnen spotten, we willen 's avonds de sterren kunnen zien, etc. Of misschien moeten we een wedstrijd organiseren: 'groenste steenweg van Vlaanderen' om de lintbebouwing aan de kaak te stellen en te stimuleren dat men stukken lintbebouwing begint uit te doven en op die manier terug stukken natuur met elkaar in verbinding kan stellen. Misschien moet dat dan wel met een heel opvallend bord dat het begin en einde van de 'groene steenweg' aanduidt en is de bedoeling dat dit stuk elk jaar groter en groter wordt. Het zijn ludieke ideeën, maar dat is de manier dat we kunnen beginnen denken. We kunnen inzetten op die collectieve utopie die ons trots kan maken en waar we deel van willen zijn. Die ons doet dromen van maatschappelijke projecten die de kracht hebben om te verenigen in plaats van te verdelen.



## 8.4. Experience

Gedrag veranderen begint bij het gedrag zelf. Experience is volgens het 7E-model de eerste hefboom die aandacht moet krijgen. Het gedrag dat het beleid nastreeft moet **zinvol zijn en zinvol aanvoelen**. Want beleving is de leermeester van alle dingen. Een positieve beleving wanneer het gedrag gesteld wordt, is essentieel, zodat het individu op z'n minst kan zeggen "het gewenste gedrag valt best mee". Dan zullen ze het gedrag misschien herhalen, doorvertellen, etc. Een typische toepassing van de Experience-hefboom is bijvoorbeeld 'Donderdag Veggiedag'. Zo werd onlangs ook 'Woensdag Fietsdag' gelanceerd. De bedoeling is om mensen op een positieve manier te laten kennismaken met gedrag. Door mensen de kans te geven om op regelmatige wijze ander gedrag te stellen, wordt het oude gedrag langzaamaan vervangen door gewenst gedrag. Men laat dus bij Experience het gedrag proeven en eraan wennen – niet via voorbeelden zoals bij Enthuse – maar door het gedrag werkelijk uit te testen.

Het 7E-model geeft twee belangrijke richtlijnen. Eerst en vooral moet de zin van het gedrag zo goed mogelijk geaccentueerd worden. Ten tweede moeten naast de zinbeleving ook andere factoren beleefd worden, het moet een **totaalbeleving** zijn. Men kan inspelen op Emoties, op Lichamelijke beleving, op Verwondering, op een Identiteitsbeleving en op het Sociaal netwerk (ELVIS) om de beleving verder te bereiken, zeker wanneer de voordelen en zin van het gedrag onzichtbaar zijn. Alle omstandigheden en details van de beleving zijn van belang, zelfs de aanloop ernaartoe (prequel, verwachtingen managen) en de verwerking van het gedrag erna (sequel, opvolging en herinnering).



Figuur 8.10: schema van de Experience-hefboom uit het 7E-model

## 8.4.1. CREËER DE WIN-WINSITUATIE

De Decker & Meeus stelden vast dat het woonideaal in de eerste plaats vooral door woonervaringen in het leven wordt bijgesteld. Ervaring is dus belangrijk, ook in woonkeuze en woongedrag. Indien men wilt dat mensen in de kern gaan wonen, moet wonen in de kern een fijne beleving zijn. De hele beleving wordt best zo positief mogelijk ervaren: dit betekent niet alleen de beleving van het wonen zelf, maar ook bijvoorbeeld de dagdagelijkse mobiliteitsverplaatsing. Een dramatische beleving van het openbaar vervoer kan er logischerwijs toe leiden dat men een negatieve associatie maakt met het wonen op die plaats. De totaalbeleving telt.

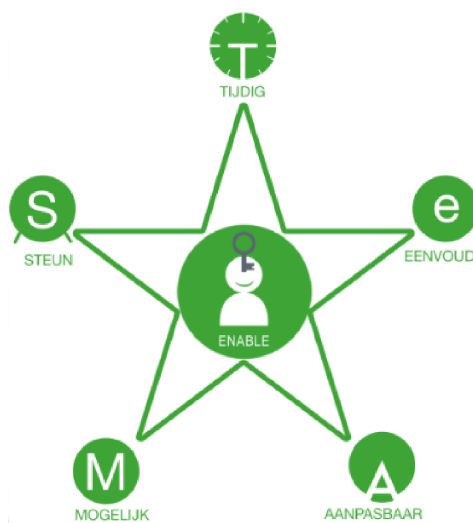
De idee is dat men niet per se mensen enthousiast hoeft te maken via allerlei aanknopingspunten, omwegen, en bruggen, het gedrag zelf kan in de eerste plaats al zo aangenaam mogelijk gemaakt worden in alle facetten van zijn beleving. Als men het goed aanpakt, biedt het gewenste gedrag – dat goed is voor de maatschappij – ook meer voordelen voor het individu. De boodschap is dus niet alleen ‘help de planeet’, maar ook ‘het leven kan aangenamer zijn’, dat is de essentie. Eigenlijk moet het gedrag zichzelf kunnen verkopen. Men moet de win-winsituatie creëren. Volgens Leo Van Broeck is de boodschap uit ruimtelijk rendement ook effectief positief, het leven zal beter zijn.

Toch is een waarschuwing op zijn plaats. Men mag die win-winsituatie niet uit het oog verliezen. Het is een blijvende uitdaging voor ontwerpers om die win-winsituatie voor ruimtelijk rendement te creëren. Men moet de verleiding van het ongewenst alternatief (de verkaveling) erkennen en uitzoeken hoe men die kan integreren in het gewenst gedrag (verdicht wonen). De bedoeling is om de beleving in de kern zo goed mogelijk te maken. Het werd bij Enthuse al aangehaald, maar is ook hier relevant, investering van het beleid in innovatief ontwerponderzoek – waarin gezocht wordt naar manieren om de beleving van verdicht wonen te blijven verbeteren – is belangrijk. Ook negatieve ervaringen tegengaan, blijft belangrijk. Verschillende respondenten stellen vast dat jonge koppels en gezinnen met kinderen nog steeds de stad blijven verlaten en zij doen dat niet zonder reden. Volgens de respondenten is er blijvend ontwerpwerk om de stad aangenamer te maken voor gezinnen.

## 8.5. Enable

Vanzelfsprekend moet het gedrag **mogelijk en makkelijk** gemaakt worden. Er mogen **geen drempels** zijn in de omgeving die het onmogelijk maken het gedrag te stellen. Gedrag stimuleren dat eigenlijk niet gesteld kan worden, wekt frustratie op. Het gedrag moet minstens mogelijk zijn. Alle structurele en praktische bezwaren die het gedrag in de weg staan, moeten zoveel mogelijk verholpen worden. In Hoofdstuk 6 werd al duidelijk dat verschillende respondenten vonden dat niet alleen op communicatie moest ingezet worden, maar zeker ook op de structurele veranderingen die nodig zijn om een aantal tegenstrijdigheden aan te pakken – zoals bijvoorbeeld de aanpassing van fiscale maatregelen, het loon van de burgemeester van een dorp niet meer in functie van het aantal inwoners etc. – die de verkaveling verder stimuleren.

Het 7E-model beschrijft vijf concrete tips om gedrag optimaal te ontsluiten (TEAMS). De eerste is al gepasseerd: het is vanzelfsprekend dat het gedrag überhaupt Mogelijk moet zijn. Ten tweede moet men wanneer het individu er klaar voor is – bij keuzemomenten – Tijdig helpen. Het gedrag moet zo Eenvoudig mogelijk gemaakt worden, schrap stappen die gemist kunnen worden. Daarnaast moet men Steun bieden waar nodig. Ten laatste wordt het gedrag best Aanpasbaar gemaakt, want hetzelfde gedrag past niet bij iedereen. Volgens het 7E-model moeten er variaties zijn op het gedrag. Deze vaststelling bevestigt het belang om duidelijk te maken dat ruimtelijk rendement zowel in de stad als in een dorp kan, en zowel in een appartement als in een rijwoning. Ruimtelijk rendement is een breed en aanpasbaar begrip. Het is dan ook de taak om dit duidelijk te maken en mensen naar het juiste niveau te begeleiden.

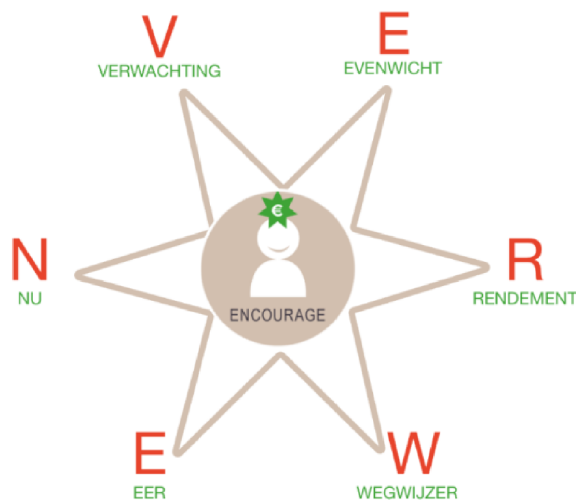


Figuur 8.11: schema van de Enable-hefboom uit het 7E-model

## 8.6. Encourage

Deze hefboom komt overeen met de wortel uit de klassieke instrumenten. Men kan externe motivatie creëren, een voordeel bieden dat op zich niets met het gedrag te maken heeft, maar dat toch het individu kan stimuleren. **Deze hefboom mag echter niet de eerste toevlucht zijn**, het gedrag is best zo aantrekkelijk mogelijk zónder externe incentives. Maar aanmoediging werkt wel. Het kan als laatste duwtje dienen en is dan ook vaak een effectief instrument als het voordeel goed gekozen is. Eigenlijk is deze hefboom extra verwennerij. Het is een appeltje voor de zoete dorst van het kortetermijnverlangen in situaties waar effecten niet of niet snel genoeg zichtbaar zijn. Men verzekert het individu dat de baten zullen opwegen tegen de lasten van het nieuwe gedrag. In Hoofdstuk 6 werd duidelijk dat Filip Canfyn nog het meest in financiële incentives geloofde om gedrag te veranderen. Het 7E-model bevestigt dat soms wel écht aanvullende externe motivatie nodig is, bijvoorbeeld wanneer men er niet in slaagt om de doelgroep van de waarde van het project te overtuigen. Het 7E-model raadt aan om dan een goede incentive te kiezen die helpt om de eerste stap te maken en om daarna de doelgroep met een sterk uitgewerkte beleving helemaal te overtuigen (Experience). In Vlaanderen is het vooral problematisch dat de incentives in de verkeerde richting wijzen. De stad is minder aantrekkelijk als men bijvoorbeeld financiële incentives in kaart brengt. Dit is eerder een structureel probleem en hangt dus samen met de Enable-hefboom.

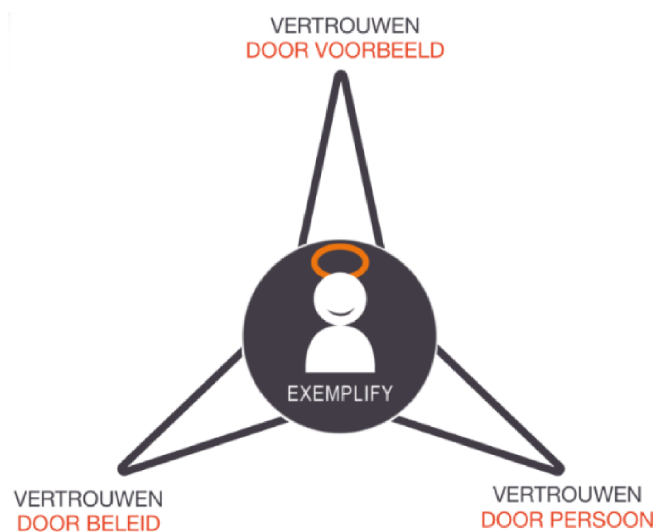
De ‘VERWEN’nerij kan volgens het 7E-model gebeuren op verschillende manieren. Verwachting creëren voor een beloning kan sterker werken dan de beloning zelf. Er moet ook een zeker Evenwicht zijn tussen het doel en de beloning, een te grote beloning verdrukt bijvoorbeeld de eigenlijke waarde van het gedrag. Er moet een aantrekkelijk Rendement zijn tussen kosten en baten. Gratis wordt vaak minder gewaardeerd dan iets waar men wél iets voor moest betalen. Wegwijzers naar de effecten – die misschien minder zichtbaar zijn – kunnen ook werken. Men kan een immaterieel voordeel bieden zoals Eer. Ten laatste is het effectiever om Nú een beloning te geven in plaats van later. De beloning kan dan minder groot zijn en heeft toch dezelfde kracht.



Figuur 8.12: schema van de Encourage-hefboom uit het 7E-model

## 8.7. Exemplify

Deze hefboom vat het belang van **vertrouwen**. Het 7E-model benadrukt dat het vertrouwen in de overheid nog nooit zo laag is geweest. Daar is werk aan, want bij overtuiging is het essentieel dat de boodschapper te vertrouwen is. Alles draait om herkenning en vertrouwen. Daar werkt men aan door te **bewijzen dat het menens is**, niet alleen met woorden, maar ook met daden. Men moet zelf het voorbeeld geven, maar ook een consistent en consequent beleid voeren. Een consistent beleid betekent: geen warm en koud tegelijk blazen en dus ook geen ambigue boodschappen verkondigen. Alle maatregelen moeten in lijn liggen met het gewenst gedrag. Bovendien mag de persoonlijkheid van de beleidsmaker niet onderschat worden. Het 7E-model benadrukt dat de vertegenwoordiger met zorg moet gekozen worden, iemand die zowel betrouwbaarheid, competentie en geloofwaardigheid uitstraalt, als genegenheid wekt en iemand die het voortouw neemt, zoals het een leider betaamt.



Figuur 8.13: schema van de Exemplify-hefboom uit het 7E-model

### 8.7.1. VERTROUWEN IN HET RUIMTELIJK BELEID VAN DE VLAAMSE OVERHEID?

Een van de typische reacties wanneer iemand in de media verkondigt dat Vlamingen dichter bij elkaar moeten gaan wonen, is iets in de trend van “Wij stervelingen moeten allemaal op elkaar gaan kruipen en de politici allemaal zelf in hun villa blijven wonen zeker!” Dit illustreert het belang van vertrouwen door voorbeeld. Als het beleid wonen in de kern stimuleert, wonen zijn werknemers of op z'n minst vertegenwoordigers best zelf ook in de kern. Hoe denkt men anders ooit geloofwaardig over te komen? ‘Als jullie wonen in de kern niet goed genoeg vinden, wij ook niet.’ Het is alvast een interessante uitdaging voor de Vlaamse overheid of het departement Omgeving om naar te streven.

Vertrouwen door beleid is een ander paar mouwen in Vlaanderen. Ruimtelijk beleid wordt tot op de dag van vandaag gekenmerkt door tegenstrijdigheden. Men stelt ambitieuze doelstellingen en schroeft ze daarna terug. Men stelt ze weer wat bij en men schroeft ze weer wat verder terug. Consistent en consequent beleid voeren wordt vanzelfsprekend moeilijk op die manier. Uit de analyse van het RSV bleek al dat het draagvlak op die manier uitholt, men moet voldoende politieke PR voeren omtrent ruimtelijk beleid om het draagvlak te ondersteunen.<sup>104</sup> Ook de grote ruimtelijke dossiers die veel media-aandacht krijgen, stimuleren bij een breed publiek het idee dat Vlaams ruimtelijk beleid inconsistent en inconsequent is. Of dat het ook zo is, wordt in het midden gelaten, want het is toch de perceptie die telt. Één respondent beschrijft het als volgt:

“Als mensen alleen maar ruimtelijke ordening horen in cijfers, in kwesties als Uplace of de uitbreiding van Essers in natuurgebied, dan snap ik wel dat er een soort van maatschappelijke malaise ontstaat over ruimtelijke ordening.”<sup>105</sup>

In het algemeen stelt Louis Albrechts een heersend wantrouwen vast tussen burger, planner en overheid bij kwesties rond ruimtelijk beleid:

“Burgers vertrouwen die planners ook niet, vertrouwen politici zéker niet, wat dat betreft. Ja, als je dat niet kan oplossen, dan kan je het probleem dat jij stelt, nooit oplossen.”<sup>106</sup>

Er is duidelijk werk om het vertrouwen te herstellen, niet alleen op Vlaams niveau, maar in het algemeen rond ruimtelijke kwesties. Dat hangt samen met het veranderen van het beeld van ruimtelijke planning: niet het beeld van het louter afgeven van vergunningen, maar een maatschappelijk project waarmee samen een toekomst kan worden gebouwd, waar men medestanders is in plaats van tegenstanders. Het moet duidelijk zijn dat iedereen het beste voor heeft met de ruimte en de toekomst van Vlaanderen. De planner én de overheid willen een toekomst creëren die positief is voor alle mensen individueel, maar ook voor het algemeen belang. Planning moet zich daarbij naar voor schuiven als een krachtig middel om dat mogelijk te maken. Het is geen middel om mensen te verplichten om in de kern te gaan wonen, het is een middel om mensen toe te laten in de kern te gaan wonen én hun dat zelfs te doen willen. De intentie achter planning moet dus veranderen. Laat het een middel zijn om te betoveren en vooral toe te laten, in plaats van te verbieden en te verplichten.

Ten laatste is er vertrouwen door persoonlijke houding. De huidige minister van Omgeving Joke Schauvliege – en dus voortrekker van het BRV – heeft nogal last van een magere reputatie. Haar eigen communicatie speelt daar waarschijnlijk wel een rol in – ze doet af en toe een ‘uitschuiver’ –, maar ministers van Omgeving of Ruimtelijke ordening zijn eigenlijk zelden populair. Verschillende respondenten stellen dan ook vast dat het geen beleidsdomein is waarvoor zal gestreden worden. Het politiek draagvlak voor ruimtelijk beleid blijft moeizaam door de vele belangen en bijhorende electorale angst die eraan verbonden zijn. Louis Albrechts beschrijft dat het BRV ontbreekt aan ‘eigenaarschap’. Zo verklaarde hij in 2013:

“Er moeten mensen zijn die daar hun schouders onder zetten, anders gebeurt er gewoonweg niets. En dat is op dit ogenblik het drama: we hebben onvoldoende krachtige personen die bereid zijn hun nek uit te steken.”<sup>107</sup>

Ondertussen heeft Schauvliege wel de draad van het BRV opgepikt, maar de vraag is maar of iemand als Schauvliege voldoende ‘krachtig’ is, zoals Albrecht het zegt of zoals het 7E-model stelt: voldoende betrouwbaarheid, geloofwaardigheid en competentie uitstraalt en voldoende genegenheid als persoon kan wekken om voldoende vertrouwen in ruimtelijk beleid – dat een ambitieus ruimtelijk plan als het BRV nodig zal hebben – te genereren. Er is iemand nodig die met volle passie en overtuiging in zo’n plan gelooft en er ook als leidinggevende voor wil optreden en vooral mensen ervoor kan overtuigen.

## 8.8. Conclusie

In dit hoofdstuk werden een aantal algemene principes voorgesteld om beter te gaan communiceren over ruimtelijk rendement. De principes zijn misschien niet allemaal even vernieuwend, maar geven wel aan hoe men beter niet en beter wel mensen probeert te overtuigen van ruimtelijk rendement, volgens de respondenten en bevestigd door sociale marketing. Bovendien worden deze niet-dwingende hefboomen nog te weinig ingezet om effectieve gedragsveranderingen teweeg te brengen. Het lijkt alsof momenteel de meeste aandacht gaat naar het realiseren van veranderingen op terrein en in beleid. Maar wat met aandacht voor de burger zelf?

Indien de overheid het meent met de transformatie van de ruimte in Vlaanderen, moet het stilstaan bij het feit dat verandering begint bij de mensen zelf en dat dat het meeste succes heeft op duurzame, blijvende verandering. Het dwingen en verleiden via allerlei wetten en belastingen zijn niet de meest interessante maatregelen. Men kan beter inspanningen doen om de mensen beter in te lichten (Enlighten) over het volledige plaatje van ruimtelijk beleid. Hierbij wordt best een eenvoudige, concrete boodschap gehanteerd, die in een aantrekkelijke en persoonlijke vorm werd gegoten. Bovendien zorgt men er best voor dat de concrete implicaties tastbaar worden voor de burgers, en zo'n simpele, positieve boodschap moet dan voldoende herhaald worden. Daarnaast is het eveneens belangrijk om in te zetten op het beleven van de positieve aspecten van het alternatief (Experience): zet in op het ontwikkelen van kwaliteitsvolle alternatieven op de verkaveling in de kern en toon vervolgens deze beleving, bijvoorbeeld via het opzetten van een online platform voor het delen van verhalen en beelden; zet niet alleen in op het wonen zelf – wonen is een totaalbeleving –, zet dus ook in op een kwaliteitsvol en performant openbaar vervoer en laat beleven dat het aangenaam kan zijn. Zet ook in op Engage: tracht wonen in de kern en duurzame mobiliteit tot sociale norm te verheffen. Maak duidelijk dat we stilaan afstappen van eigen bezit en eerder inzetten op diensten en collectieve goederen. Toon de groepen die het gewenst gedrag al stellen, bijvoorbeeld via een 'Dag van de Gezinsvriendelijke Stadswoning'. Maak duidelijk dat veel mensen verschillende vormen van het gewenst gedrag willen en reeds toepassen. Men kan nog verder gaan en proberen ruimtelijke doelstellingen te creëren op Vlaams niveau waar we met z'n allen naar willen streven: denk aan een Nationaal Park voor elke provincie. Dit lijkt misschien een fantasietje, maar waarom niet: het laat de mensen dromen en zou op die manier een gedragsverandering in gang kunnen zetten. Dit sluit meteen aan op Enthuse: maak de mensen enthousiast voor een toekomst met meer ruimte, belicht de positieve aspecten van verdicht wonen.

Het is opvallend dat vooral Enlighten en Enthuse aandacht kregen vanuit de respondenten. Dit is te verklaren doordat de meeste respondenten waarschijnlijk vermoeden dat een significant deel van de Vlamingen zich in de vroege posities bevinden van het veranderingsproces: men is nog onwetend, bewust maar onbezorgd of bezorgd maar onschuldig. Volgens het 7E-model helpen vooral Enlighten en Enthuse om tot inzicht te komen in deze fasen. Ook Engage en Experience kunnen in de vroegere fasen een rol spelen en werden aangehaald door de respondenten. Om van inzicht tot intentie, tastgedrag en vast gedrag te komen zal er echter zeker ook nood zijn aan Enable en Encourage. Deze kregen waarschijnlijk minder aandacht van de respondenten omdat deze hefboomen vandaag nog minder kritisch zijn om de verandering te ondersteunen. Deze zullen in de nabije toekomst echter ook noodzakelijk zijn. Drastische veranderingen in beleid zullen doorgevoerd moeten worden, zodat het gedrag werkelijk zal kunnen plaatsvinden en ook gestimuleerd kan worden – zoals men aanraadt in Enable en Encourage. Zo zijn aanpassingen van enkele fiscale maatregelen bijvoorbeeld aan de orde. De laatste hefboom Exemplify kreeg ook wat aandacht van de respondenten, vooral in het kader van het BRV en de huidige Vlaamse overheid die erover communiceert. Ook hier is nog veel werk aan de winkel en best zo snel mogelijk. Elke misstap in voorbeeld geven en consistent beleid voeren, maar ook persoonlijke misstappen in leiderschap, tasten het vertrouwen in het beleid en het BRV aan. Het is zaak om hier zorgvuldiger mee om te gaan. Indien de overheid werkelijk de realisatie van een duurzaam gebouwde ruimte in Vlaanderen nastreeft tegen 2050, moet men met het toekomstig BRV een duidelijke keuze maken voor

consequent beleid, zelf het goede voorbeeld geven en daarbij een sterke leider naar voor schuiven die een ambitieus veranderingstraject kan en wil dragen.

---

<sup>1</sup> Ibid.

<sup>2</sup> Ibid.

<sup>3</sup> Devisch, interview door Lotte Verduyck op 25/03/2016.

<sup>4</sup> De Vriese, interview door Lotte Verduyck op 04/03/2016.

<sup>5</sup> De Bruyn, interview door Lotte Verduyck op 28/03/2016.

<sup>6</sup> Voets e.a., "Evaluerend onderzoek naar de effectiviteit van de uitvoering van het ruimtelijk beleid in Vlaanderen. Voorbereidend onderzoek voor het Beleidsplan Ruimte".

<sup>7</sup> Wiet Vandaele, interview door Lotte Verduyck op 23/03/2016, KULeuven, Leuven, 2016.

<sup>8</sup> Ibid.

<sup>9</sup> Rekkers, interview door Lotte Verduyck op 4/04/2016.

<sup>10</sup> Ibid.

<sup>11</sup> Albrechts, interview door Bart Biesbrouck op 23/04/2013.

<sup>12</sup> Braem, *Het lelijkste land ter wereld*.

<sup>13</sup> De Bruyn, interview door Lotte Verduyck op 28/03/2016.

<sup>14</sup> Van Broeck, interview door Lotte Verduyck op 18/04/2016.

<sup>15</sup> De Bruyn, interview door Lotte Verduyck op 28/03/2016.

<sup>16</sup> Van Broeck, interview door Lotte Verduyck op 18/04/2016.

<sup>17</sup> Devoldere, interview door Lotte Verduyck op 12/04/2016.

<sup>18</sup> Triest en Vandaele, "Verhaal zkt. Vertellers".

<sup>19</sup> Stroeykens, interview door Lotte Verduyck op 23/03/2016.

<sup>20</sup> Rekkers, interview door Lotte Verduyck op 4/04/2016.

<sup>21</sup> Devoldere, interview door Lotte Verduyck op 12/04/2016.

<sup>22</sup> Vandaele, interview door Lotte Verduyck op 23/03/2016.

<sup>23</sup> Ibid.

<sup>24</sup> Katie Williams, Elizabeth Burton, en Mike Jenks, "Achieving the compact city through intensification: an acceptable option", *The compact city: A sustainable urban form*, 1996, 83–96, <https://books.google.be/books?hl=nl&lr=&id=MliRAGAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA71&dq=williams+burton+jenks&ots=vX0-iOaif9&sig=clh53ERZnF8Ap85ly8XFicvUyp8>.

<sup>25</sup> Bervoets e.a., "Towards a sustainable transformation of the detached houses in peri-urban Flanders, Belgium".

<sup>26</sup> De Bruyn, interview door Lotte Verduyck op 28/03/2016.

<sup>27</sup> Ibid.

<sup>28</sup> Devisch, interview door Lotte Verduyck op 25/03/2016.

<sup>29</sup> De Bruyn, interview door Lotte Verduyck op 28/03/2016.



- 
- <sup>30</sup> Triest, interview door Lotte Verduyckt op 17/03/2016.
- <sup>31</sup> Koen Raeymaekers, interview door Lotte Verduyckt op 4/04/2016, KULeuven, Leuven, 2016.
- <sup>32</sup> Vandaele, interview door Lotte Verduyckt op 23/03/2016.
- <sup>33</sup> Bambust, *Effectief gedrag veranderen met het 7E-model*.
- <sup>34</sup> De Bruyn, interview door Lotte Verduyckt op 28/03/2016.
- <sup>35</sup> Triest, interview door Lotte Verduyckt op 17/03/2016.
- <sup>36</sup> Ibid.
- <sup>37</sup> Devoldere, interview door Lotte Verduyckt op 12/04/2016.
- <sup>38</sup> Triest, interview door Lotte Verduyckt op 17/03/2016.
- <sup>39</sup> Ibid.
- <sup>40</sup> Van Broeck, interview door Lotte Verduyckt op 18/04/2016.
- <sup>41</sup> Stroeykens, interview door Lotte Verduyckt op 23/03/2016.
- <sup>42</sup> Van Broeck, interview door Lotte Verduyckt op 18/04/2016.
- <sup>43</sup> Ibid.
- <sup>44</sup> Bambust, *Effectief gedrag veranderen met het 7E-model*.
- <sup>45</sup> Ibid.
- <sup>46</sup> Ibid., 133.
- <sup>47</sup> Ibid., 135.
- <sup>48</sup> De Bruyn, interview door Lotte Verduyckt op 28/03/2016.
- <sup>49</sup> De Vriese, interview door Lotte Verduyckt op 04/03/2016.
- <sup>50</sup> De Bruyn, interview door Lotte Verduyckt op 28/03/2016.
- <sup>51</sup> Ibid.
- <sup>52</sup> Devoldere, interview door Lotte Verduyckt op 12/04/2016.
- <sup>53</sup> Rekkers, interview door Lotte Verduyckt op 4/04/2016.
- <sup>54</sup> Devoldere, interview door Lotte Verduyckt op 12/04/2016.
- <sup>55</sup> Canfyn, interview door Lotte Verduyckt op 21/03/2016.
- <sup>56</sup> Devisch, interview door Lotte Verduyckt op 25/03/2016.
- <sup>57</sup> Van Broeck, interview door Lotte Verduyckt op 18/04/2016.
- <sup>58</sup> Rekkers, interview door Lotte Verduyckt op 4/04/2016.
- <sup>59</sup> Canfyn, interview door Lotte Verduyckt op 21/03/2016.
- <sup>60</sup> Rekkers, interview door Lotte Verduyckt op 4/04/2016.
- <sup>61</sup> Devoldere, interview door Lotte Verduyckt op 12/04/2016.
- <sup>62</sup> Ibid.
- <sup>63</sup> Bervoets e.a., "Towards a sustainable transformation of the detached houses in peri-urban Flanders, Belgium".
- <sup>64</sup> Devoldere, interview door Lotte Verduyckt op 12/04/2016.
- <sup>65</sup> Van Broeck, interview door Lotte Verduyckt op 18/04/2016.
- <sup>66</sup> Ibid.

- 
- <sup>67</sup> Devoldere, interview door Lotte Verduyck op 12/04/2016.
- <sup>68</sup> Van Broeck, interview door Lotte Verduyck op 18/04/2016.
- <sup>69</sup> Vandaele, interview door Lotte Verduyck op 23/03/2016.
- <sup>70</sup> Bambust, *Effectief gedrag veranderen met het 7E-model*.
- <sup>71</sup> Ayako Taniguchi e.a., "Persuasive Communication Aimed at Public Transportation-Oriented Residential Choice and the Promotion of Public Transport", *Transportation* 41, nr. 1 (2014): 75–89, doi:10.1007/s11116-013-9472-7.
- <sup>72</sup> Bambust, *Effectief gedrag veranderen met het 7E-model*.
- <sup>73</sup> De Bruyn, interview door Lotte Verduyck op 28/03/2016.
- <sup>74</sup> Chris Aertsen, "Effectief gedrag veranderen met het 7E-model", *Ad rem*, 2015, [http://7e-model.be/wp-content/uploads/2015/11/AdRem-2015\\_05-kopie.pdf](http://7e-model.be/wp-content/uploads/2015/11/AdRem-2015_05-kopie.pdf).
- <sup>75</sup> Van Broeck, interview door Lotte Verduyck op 18/04/2016.
- <sup>76</sup> Canfyn, interview door Lotte Verduyck op 21/03/2016.
- <sup>77</sup> Fran Bambust, "'Actieschakels voor Klimaatcampagnes'", *7E-model*, 7 mei 2015, <http://7e-model.be/works/actieschakels-voor-klimaatcampagnes/>.
- <sup>78</sup> Bambust, *Effectief gedrag veranderen met het 7E-model*.
- <sup>79</sup> Futerra Sustainability Communications, "Sell the sizzle", 2.
- <sup>80</sup> Futerra Sustainability Communications, "Sell the sizzle".
- <sup>81</sup> Ibid., 11.
- <sup>82</sup> Futerra Sustainability Communications, "Sell the sizzle".
- <sup>83</sup> Aertsen, "Effectief gedrag veranderen met het 7E-model", 5.
- <sup>84</sup> De Bruyn, interview door Lotte Verduyck op 28/03/2016.
- <sup>85</sup> Ibid.
- <sup>86</sup> Vandaele, interview door Lotte Verduyck op 23/03/2016.
- <sup>87</sup> "Historisch akkoord over Oosterweel", *De Morgen*, 15 maart 2017, <http://www.demorgen.be/binnenland/historisch-akkoord-over-oosterweel-b4bc3b4c/>.
- <sup>88</sup> De Bruyn, interview door Lotte Verduyck op 28/03/2016.
- <sup>89</sup> Van Broeck, interview door Lotte Verduyck op 18/04/2016.
- <sup>90</sup> Ibid.
- <sup>91</sup> Ibid.
- <sup>92</sup> Van Broeck, interview door Lotte Verduyck op 18/04/2016.
- <sup>93</sup> Bambust, *Effectief gedrag veranderen met het 7E-model*.
- <sup>94</sup> Ibid., 70.
- <sup>95</sup> Devoldere, interview door Lotte Verduyck op 12/04/2016.
- <sup>96</sup> Ibid.
- <sup>97</sup> Voets e.a., "Evaluerend onderzoek naar de effectiviteit van de uitvoering van het ruimtelijk beleid in Vlaanderen. Voorbereidend onderzoek voor het Beleidsplan Ruimte".
- <sup>98</sup> De Bruyn, interview door Lotte Verduyck op 28/03/2016.
- <sup>99</sup> Karina Van Herck, Bruno De Meulder, en Marie-Françoise Plissart, *Wonen in meervoud: groepswoningbouw in Vlaanderen: 2000 - 2010* (Amsterdam: SUN, 2009).

---

<sup>100</sup> "Wonen in meervoud", geraadpleegd 3 juni 2017, <http://www.dimension.be/cms/grafisch/artikel/pdf/647-1456%20NL.pdf>;  
"Wonen in Meervoud", *Vlaams Architectuurinstituut*, geraadpleegd 3 juni 2017,  
<https://www.vai.be/nl/publicatie/wonen-in-meervoud>.

<sup>101</sup> Futerra Sustainability Communications, "Sell the sizzle".

<sup>102</sup> Futerra Sustainability Communications, "Sell the sizzle", 23.

<sup>103</sup> Futerra Sustainability Communications, "Sell the sizzle".

<sup>104</sup> Voets e.a., "Evaluerend onderzoek naar de effectiviteit van de uitvoering van het ruimtelijk beleid in Vlaanderen.  
Vorbereidend onderzoek voor het Beleidsplan Ruimte".

<sup>105</sup> Vandaele, interview door Lotte Verduyck op 23/03/2016.

<sup>106</sup> Albrechts, interview door Lotte Verduyck op 11/04/2016.



# Conclusie



Het huidige woonmodel in Vlaanderen is achterhaald en moet dringend bijgestuurd worden. Toekomstig ruimtelijk beleid wil dan ook volop in gaan zetten op ruimtelijk rendement en wonen in de kern. Bij het breed publiek is het draagvlak voor deze vorm van wonen echter nog te beperkt. De cultuur en traditie van de verkaveling is dan ook zeer diep verankerd in de woongebruiken. Verandering zal dus niet zomaar komen. Mensen zullen van ruimtelijk rendement overtuigd moeten worden en daarvoor is sterke communicatie nodig. Communicatie over ruimte vanuit de Vlaamse overheid is tot nu toe echter niet veelbelovend. De communicatie rond bijvoorbeeld de 'betonstop' illustreert hoe de overheid het draagvlak voor eigen beleid saboteert. In deze thesis werd op basis van interviews en het 7E-model – een vorm van sociale marketing uit de communicatiewetenschappen – onderzocht hoe men beter kan gaan communiceren over ruimtelijk beleid. In eerste instantie benadrukt sociale marketing dat verandering begint bij het individu zelf. Verandering moet vanuit het individu komen in plaats van opgelegd van bovenaf. De verandering heeft zo meer kans op slagen. Sociale marketing verklaart dat er veel meer aandacht moet zijn voor het individu voor het realiseren van beleid waarbij diep geworteld gedrag en tradities van de burger moeten veranderen. Men moet de verandering willen. Sociale marketing is dan ook geen klein actiepuntje; mensen zijn de basis van ruimtegebruik en dus ook dé sleutel tot het realiseren van toekomstig ruimtelijk beleid, daarom moeten ze overtuigd worden van het nut van dit beleid.

Sociale marketing helpt om bruggen te bouwen tussen beleid en burger, tussen heden en toekomst, en tussen business-as-usual en een duurzame maatschappij, essentieel daarbij is dat de brug vertrekt vanuit de burger naar gewenst beleid. Het dwingen en verleiden via allerlei externe motivatie zoals wetten en belastingen zijn dan ook niet de meest interessante maatregelen. Men moet vanuit het individu vertrekken. Men kan beter inspanningen doen om de mensen beter in te lichten (Enlighten) over het volledige plaatje van ruimtelijk beleid. Hierbij wordt best een eenvoudige, concrete boodschap gehanteerd, die in een aantrekkelijke en persoonlijke vorm werd gegoten. Bovendien zorgt men er best voor dat de concrete implicaties tastbaar worden voor de burgers, en zo'n simpele, positieve boodschap moet dan voldoende herhaald worden. Daarnaast is het eveneens belangrijk om in te zetten op het beleven van de positieve aspecten van het alternatief (Experience): zet in op het ontwikkelen van kwaliteitsvolle alternatieven op de verkaveling in de kern en toon vervolgens deze beleving, bijvoorbeeld via het opzetten van een online platform voor het delen van verhalen en beelden; zet niet alleen in op het wonen zelf – wonen is een totaalbeleving –, zet dus ook in op een kwaliteitsvol en performant openbaar vervoer en laat beleven dat het aangenaam kan zijn. Zet ook in op Engage: tracht wonen in de kern en duurzame mobiliteit tot sociale norm te verheffen. Maak duidelijk dat we stilaan afstappen van eigen bezit en eerder inzetten op diensten en collectieve goederen. Toon de groepen die het gewenst gedrag al stellen, bijvoorbeeld via een 'Dag van de Gezinsvriendelijke Stadswoning'. Maak duidelijk dat veel mensen verschillende vormen van het gewenst gedrag willen en reeds toepassen. Men kan nog verder gaan en proberen ruimtelijke doelstellingen te creëren op Vlaams niveau waar we met z'n allen naar willen streven: denk aan een Nationaal Park voor elke provincie. Dit lijkt misschien een fantasietje, maar waarom niet: het laat de mensen dromen en zou op die manier een gedragsverandering in gang kunnen zetten. Dit sluit meteen aan op Enthuse: maak de mensen enthousiast voor een toekomst met meer ruimte, belicht de positieve aspecten van verdicht wonen.

Bovendien zal men ook in het beleid zelf aandacht moeten hebben voor enkele hefboomen. Drastische veranderingen in beleid zullen doorgevoerd moeten worden, zodat het gedrag werkelijk zal kunnen plaatsvinden en ook gestimuleerd kan worden – zoals men aanraadt in Enable en Encourage. Ook de laatste hefboom Exemplify is van significant belang. Elke misstap in voorbeeld geven en consistent beleid voeren, maar ook persoonlijke misstappen in leiderschap, tasten het vertrouwen in het beleid aan. Het is zaak om hier zorgvuldiger mee om te gaan. Indien de overheid werkelijk de realisatie van een duurzaam gebouwde ruimte in Vlaanderen nastreeft tegen 2050, moet men met het toekomstig BRV een duidelijke keuze maken voor consequent beleid, zelf het goede voorbeeld geven en daarbij een sterke leider naar voor schuiven die een ambitieus veranderingstraject kan en wil dragen.

De principes die uit het 7E-model volgen, konden gestaafd worden met de antwoorden van de respondenten en bewijzen alvast de nood om in ruimtelijk beleid op sociale marketing in te zetten. Met de komst van een nieuw BRV is het misschien bij uitstek de gelegenheid om een traditie van sociale marketing en strategische communicatie met de burger rond ruimtelijk beleid op te zetten.



# Figurenlijst



## Hoofdstuk 2:

Figuur 2.1: Els De Vos, *Hoe zouden we graag wonen?: woonvertoegen in Vlaanderen tijdens de jaren zestig en zeventig* (Leuven: Universitaire pers Leuven, 2012), 239.

Figuur 2.2: Departement RWO, "Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen. Gecoördineerde versie 2011" (Vlaamse Overheid, november 2011), <http://www2.vlaanderen.be/ruimtelijk/docs/rsv2011/RSV2011.pdf>.

Figuur 2.3: BUUR, "Regionet Leuven: Hoogwaardig regionaal OV als hefboom voor een duurzame ruimtelijke ordening" (SBO ORDERIn'F, Leuven, 14 maart 2014), <http://regionetleuvenbe.webhosting.be/extra/>.

Figuur 2.4: Vishaan Chakrabarti, *A Country of Cities: A Manifesto for an Urban America* (New York: Metropolis Books, 2013), 162.

Figuur 2.5: Vishaan Chakrabarti, *A Country of Cities: A Manifesto for an Urban America* (New York: Metropolis Books, 2013), 164.

Figuur 2.6: Matthias Blondia, "Een onderzoek naar het ruimtelijk sturend potentieel van een geïntegreerd regionaal openbaar vervoersproject voor de Vlaamse Nevelstad & Een netwerk van verknoopte corridors als strategie voor de transformatie van mobiliteits- en verstedelijkingspatronen" (KU Leuven. Arenberg doctoral school of science, engineering & technology, 2014), 132.

Figuur 2.7: BUUR, "Regionet Leuven: Hoogwaardig regionaal OV als hefboom voor een duurzame ruimtelijke ordening" (SBO ORDERIn'F, Leuven, 14 maart 2014), <http://regionetleuvenbe.webhosting.be/extra/>.

Figuur 2.8:

Figuur links: Departement RWO, "Ruimte voor morgen? Denk mee!" (Vlaamse Overheid, april 2011), [www.vlaanderen.be/nl/publicaties/detail/ruimte-voor-morgen-denk-mee](http://www.vlaanderen.be/nl/publicaties/detail/ruimte-voor-morgen-denk-mee), 8.

Figuur rechts: Departement RWO, "Ruimte voor morgen? Denk mee!" (Vlaamse Overheid, april 2011), [www.vlaanderen.be/nl/publicaties/detail/ruimte-voor-morgen-denk-mee](http://www.vlaanderen.be/nl/publicaties/detail/ruimte-voor-morgen-denk-mee), 20.

Figuur 2.9: Departement RWO, "Groenboek Beleidsplan Ruimte Vlaanderen: Vlaanderen in 2050 : mensenmaat in een metropool" (Vlaamse Overheid, 2012), [www2.vlaanderen.be/ruimtelijk/br2012/groenboek\\_beleidsplanruimte.pdf](http://www2.vlaanderen.be/ruimtelijk/br2012/groenboek_beleidsplanruimte.pdf), C2.

Figuur 2.10: Krantenkoppen in volgorde uit:

- Wouter Van Driessche, "Betonstop pas in 2050: waar hálén we het?", *De Standaard*, 13 augustus 2016, 23.
- Sofie Vanlommel, "Die betonstop moet nu beginnen. Onmiddellijk", *De Morgen*, 31 mei 2016, 6.
- "Joke Schauvliege is weer niet ambitieus genoeg", *De Standaard*, 28 juni 2016, 17.
- Luuk Boelens e.a., "Maakt minister Schauvliege er zich niet te gemakkelijk van af voor de ruimtelijke ordening?", *De Tijd*, 25 mei 2016, 11.
- Kris Peeters, "In 2050 is er geen ruimte meer om te redden", *De Standaard*, 25 mei 2016, 42.
- Tom Coppens en Isolde Van Den Eynde, "Vlaanderen groener tegen 2030. DÁT IS AMBITIEUS, JOKE", *Het Laatste Nieuws*, 24 mei 2016, 9.
- Tom Ysebaert en Bart Van Belle, "Pas in 2050 stoppen met verkavelen is veel te laat", *De Standaard*, 24 mei 2016, 6.
- Femke Van Garderen, "Betonstop moet sneller", *De Morgen*, 24 mei 2016, 4.
- Frank Deboosere en Bieke Cornillie, "Overstromingen zijn onze eigen schuld", *Het Laatste Nieuws*, 1 juni 2016, 9.
- Vincent Smets, "Een regenstop tegen 2050 zit er niet meteen in", *De Standaard*, 3 juni 2016, 37.
- Geert Neyt, "Na de wateroverlast: is Vlaanderen echt volgebouwd?", *Het Nieuwsblad*, 1 juni 2016, [http://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20160601\\_02318352](http://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20160601_02318352).
- Jeroen Van Horenbeek, "Overstromingsgebied, maar bouwen mag nog altijd", *De Morgen*, 9 juni 2016, 6.

Figuur 2.11: geraadpleegd 8 juni 2017, <https://www.ruimtevlaanderen.be/BRV>.

Figuur 2.12:

Figuur boven: Departement Ruimte Omgeving, "Witboek Beleidsplan Ruimte Vlaanderen", februari 2017, <http://ebl.vlaanderen.be/publications/documents/97914>, 50-51.

Figuur onder: Departement Ruimte Omgeving, "Witboek Beleidsplan Ruimte Vlaanderen", februari 2017, <http://ebl.vlaanderen.be/publications/documents/97914>, 60-61.

### Hoofdstuk 3:

Figuur 3.1: Karen Allacker, "Duurzaam bouwen: ontwikkeling van een evaluatiemethode op gebouwniveau" (Katholieke Universiteit Leuven, 2010), 417.

Figuur 3.2: geraadpleegd 23 november 2016, <http://www.m-score.be/>.

Figuur 3.3: Departement RWO, "Ruimte voor morgen. Burgerparticipatie voor een groenboek beleidsplan ruimte" (Vlaamse Overheid, 2011), [www.vlaanderen.be/nl/publicaties/detail/ruimte-voor-morgen](http://www.vlaanderen.be/nl/publicaties/detail/ruimte-voor-morgen), 29.

### Hoofdstuk 4:

Figuur 4.1 en Figuur 4.2: Anthony Paletta, "Story of Cities #32: Jane Jacobs v Robert Moses, Battle of New York's Urban Titans", The Guardian, 28 april 2016, sec. Cities, [www.theguardian.com/cities/2016/apr/28/story-cities-32-new-york-jane-jacobs-robert-moses](http://www.theguardian.com/cities/2016/apr/28/story-cities-32-new-york-jane-jacobs-robert-moses).

Figuur 4.3: geraadpleegd 27 december 2016, <https://tallbloke.wordpress.com/2013/07/31/michael-fallon-southern-nimbys-will-have-to-accept-fracking-too/>.

### Onderzoeksmethodologie:

Afbeelding Karlien Stroeykens: persoonlijk bezit Karlien Stroeykens

Afbeelding Wiet Vandaele: geraadpleegd 25 juli 2016, <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=10153718922451096&set=pb.624756095.-2207520000.1495881649.&type=3&theater>.

Afbeelding Peter Triest: geraadpleegd 27 mei 2017, <http://weblogs.nos.nl/input/documentaire/peter-triest/>.

Afbeelding An Rekkers: geraadpleegd 25 juli 2016, <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10200872252261604&set=ecnf.1023496113&type=3&theater>.

Afbeelding Koen Raeymaekers: geraadpleegd 25 juli 2016, <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10208222816561957&set=pb.1648681968.-2207520000.1495885257.&type=3&theater>.

Afbeelding Stefan Devoldere: geraadpleegd 25 juli 2016, <http://www.publiekesector.be/expertvisies/pps-in-2016-het-debat>.

Afbeelding Leo Van Broeck: geraadpleegd 27 september 2016, <http://www.architectura.be/nl/nieuws/14056/bouwmeester-leo-van-broeck-geef-zowel-nieuwbouw-als-renovatie-lager-btw-tarief-maar-wel-op-strategische-locaties>.

Afbeelding Louis Albrechts: geraadpleegd 25 juli 2016, <http://www.cvaa.be/en/node/1004004>.

Afbeelding Oswald Devisch: geraadpleegd 25 juli 2016, <https://centrum.ar-tur.be/2015/06/16/woonlabo-verkavelingsverhalen/dw3b0276/#main>.

Afbeelding Jorg De Vriese: geraadpleegd 28 december 2016, <https://www.facebook.com/167107116812484/photos/a.167437220112807.1073741828.167107116812484/426701500853043/?type=3&theater>.

Afbeelding Filip Canfyn: geraadpleegd 25 juli 2016, <http://www.architectura.be/nl/nieuws/9420/steenbeen-column-filip-canfyn-een-bijnawaargebeurd-gesprek>.

Afbeelding Joeri De Bruyn: geraadpleegd 25 juli 2016, [https://www.youtube.com/watch?v=qPMWesPMV\\_o](https://www.youtube.com/watch?v=qPMWesPMV_o).

### Hoofdstuk 5

Eigen verwerking.

## Hoofdstuk 6:

Figuur 6.1: geraadpleegd 16 mei 2017, <https://www.bouwkennisblog.nl/een-duurzame-koppeling-tussen-vraag-en-aanbod/>.

## Hoofdstuk 7:

Figuur 7.1: geraadpleegd 23 mei 2017, [http://www.politeia.be/images/modullo/Cover\\_7Emodel\\_web.jpg](http://www.politeia.be/images/modullo/Cover_7Emodel_web.jpg).

Figuur 7.2: Fran Bambust, *Effectief gedrag veranderen met het 7E-model: Sociale marketing, meer dan een folder en een bussticker* (Brussel: Politeia, 2015), 22.

Figuur 7.3: Fran Bambust, *Effectief gedrag veranderen met het 7E-model: Sociale marketing, meer dan een folder en een bussticker* (Brussel: Politeia, 2015), 25.

Figuur 7.4: geraadpleegd 23 mei 2017, <https://www.merksemserijschool.be/pictures/cms/i%20bob%20you.jpg>.

Figuur 7.5: eigen afbeelding, gebaseerd op figuur uit: Bruno Meeus en Pascal De Decker, *De geest van suburbia* (Antwerpen: Garant, 2013), 137.

Figuur 7.6: geraadpleegd 24 mei 2017, [https://duurzaamgebouwd.lingacms.nl/upload/dg\\_8fd9sluf/images/news/de\\_wortel\\_de\\_preek\\_en\\_de\\_stok\\_2\\_yrfzt1.jpg](https://duurzaamgebouwd.lingacms.nl/upload/dg_8fd9sluf/images/news/de_wortel_de_preek_en_de_stok_2_yrfzt1.jpg).

Figuur 7.7: Fran Bambust, *Effectief gedrag veranderen met het 7E-model: Sociale marketing, meer dan een folder en een bussticker* (Brussel: Politeia, 2015), 25.

## Hoofdstuk 8:

Figuur 8.1: Fran Bambust, "Het 7E-model in vogelvlucht via de nieuwe 7E-prezi", *7E-model*, geraadpleegd 24 mei 2017, <http://7e-model.be/works/presentatie-het-7e-model-in-vogelvlucht-via-de-nieuwe-7e-prezi/>.

Figuur 8.2:

Figuur 'Het lelijkste land ter wereld': Geplaatst door Lief actually, "alles is architectuur en alles is stedenbouw", geraadpleegd 31 mei 2017, <http://liefactually.blogspot.com/2013/10/alles-is-architectuur-en-alles-is.html>.

Figuur 'Groenboek BRV': Departement RWO, "Groenboek Beleidsplan Ruimte Vlaanderen: Vlaanderen in 2050: mensenmaat in een metropool" (Vlaamse Overheid, 2012), [www2.vlaanderen.be/ruimtelijk/br2012/groenboek\\_beleidsplanruimte.pdf](http://www2.vlaanderen.be/ruimtelijk/br2012/groenboek_beleidsplanruimte.pdf).

Figuur 8.3: Fran Bambust, "Het 7E-model in vogelvlucht via de nieuwe 7E-prezi", *7E-model*, geraadpleegd 24 mei 2017, <http://7e-model.be/works/presentatie-het-7e-model-in-vogelvlucht-via-de-nieuwe-7e-prezi/>.

Figuur 8.4: Fran Bambust, *Effectief gedrag veranderen met het 7E-model: Sociale marketing, meer dan een folder en een bussticker* (Brussel: Politeia, 2015), 95.

Figuur 8.5: "Voor en na", *Ringland*, geraadpleegd 2 juni 2017, <https://ringland.be/stadsontwikkeling/voor-en-na/>.

Figuur 8.6: geraadpleegd 3 juni 2017, <http://www.publicspace.be/index.php/project/pilootprojecten-collectief-wonen/>.

Figuur 8.7:

Figuur Leo Van Broeck: geraadpleegd 3 juni 2017, <http://www.vlaamseklimaattop.be/klimaatkrant-1>.

Figuur Wouter Deprez: geraadpleegd 6 maart 2017, <https://www.youtube.com/watch?v=yknyYrckQP0>.

Figuur 8.8: geraadpleegd 3 juni 2017, <https://www.vai.be/nl/publicatie/wonen-in-meervoud>.

Figuur 8.9-Figuur 8.13: Fran Bambust, "Het 7E-model in vogelvlucht via de nieuwe 7E-prezi", *7E-model*, geraadpleegd 24 mei 2017, <http://7e-model.be/works/presentatie-het-7e-model-in-vogelvlucht-via-de-nieuwe-7e-prezi/>.



# Bronnenlijst





- Adriaens, Femke, Martin Dubbeling, en Fred Feddes. *Duurzame stedenbouw: perspectieven en voorbeelden*. Wageningen: Blauwdruk, 2005.
- Aertsen, Chris. "Effectief gedrag veranderen met het 7E-model". *Ad rem*, 2015. [http://7e-model.be/wp-content/uploads/2015/11/AdRem-2015\\_05-kopie.pdf](http://7e-model.be/wp-content/uploads/2015/11/AdRem-2015_05-kopie.pdf).
- Albrechts, Louis. interview door Bart Biesbrouck op 23/04/2013, Project 50 jaar wet op de stedenbouw CVAa, CVAa, Antwerpen, 2013.
- . interview door Lotte Verduyck op 11/04/2016, KULeuven, Leuven, 2016.
- Albrechts, Louis, en Charles Vermeersch. *Ruimtelijk structuurplan Vlaanderen: inspraakrapport 1993. 1: reacties op de brochure Vlaanderen voor liefhebbers*. Brussel: Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, 1994.
- Allacker, Karen. "Duurzaam bouwen: ontwikkeling van een evaluatiemethode op gebouwniveau". Katholieke Universiteit Leuven, 2010.
- . "Duurzame huisvesting vanuit het levenscyclusdenken". Heverlee, 1 oktober 2015.
- Architecture Workroom Brussels. "Naar een visionaire woningbouw. Kansen en opgaven voor een trendbreuk in de Vlaamse woonproductie". Vlaams Bouwmeester, 2012. <http://www.vlaamsbouwmeester.be/nl/publicaties/naar-eeen-visionaire-woningbouw>.
- Arnstein, Sherry R. "A ladder of citizen participation". *Journal of the American Institute of planners* 35, nr. 4 (1969): 216–224. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01944366908977225>.
- Arrhenius, Svante. "XXXI. On the influence of carbonic acid in the air upon the temperature of the ground". *The London, Edinburgh, and Dublin Philosophical Magazine and Journal of Science* 41, nr. 251 (1896): 237–276. <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/14786449608620846>.
- AWJGGRAUaDVVTAT. *The Ambition of the Territory: Vlaanderen Als Ontwerp*. Antwerpen: Vlaams architectuur instituut, 2012. <https://issuu.com/vlaanderen-be/docs/ad85b67d-3021-42c6-b607-8446afa1d1ca>.
- Bambust, Fran. "'Actieschakels voor Klimaatcampagnes'". *7E-model*, 7 mei 2015. <http://7e-model.be/works/actieschakels-voor-klimaatcampagnes/>.
- . *Effectief gedrag veranderen met het 7E-model: Sociale marketing, meer dan een folder en een bussticker*. Brussel: Politeia, 2015.
- . "Het 7E-model in vogelvlucht via de nieuwe 7E-prezi". *7E-model*. Geraadpleegd 24 mei 2017. <http://7e-model.be/works/presentatie-het-7e-model-in-vogelvlucht-via-de-nieuwe-7e-prezi/>.
- Beck, Ulrich. *Risk Society: Towards a New Modernity*. Theory, Culture and Society. London: Sage, 1992.
- Beckers, John. "Social marketing: veranderen doen mensen zelf". *Welzijn in de 21e eeuw*, januari 2009. <http://www.welzijn-21e-eeuw.nl/page/social-marketing-veranderen>.
- Before the Flood*, 2016. [www.youtube.com/watch?v=90CkXVF-Q8M](http://www.youtube.com/watch?v=90CkXVF-Q8M).
- Bekaert, Geert, en Francis Strauven. *Bouwen in België 1945 - 1970*. Brussel: Nationale confederatie van het bouwbedrijf, 1971.
- Bervoets, Wouter, en Hilde Heynen. "The Obduracy of the Detached Single Family House in Flanders". *International Journal of Housing Policy* 13, nr. 4 (2013): 358–380. doi:10.1080/14616718.2013.840109.
- Bervoets, Wouter, Marijn van de Weijer, Dominique Vanneste, Lieve Vanderstraeten, Michael Ryckewaert, en Hilde Heynen. "Towards a sustainable transformation of the detached houses in peri-urban Flanders, Belgium". *Journal of Urbanism: International Research on Placemaking and Urban Sustainability* 8, nr. 3 (2014): 302–330. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17549175.2014.909368>.

- Berx, Cathy, Marc Boes, Norbert De Batselier, Kurt Deketelaere, Filip De Rynck, en Marc Dillen. *Naar een snellere en betere besluitvorming over complexe projecten: verslag van de Commissie Investeringsprojecten*. Antwerpen: Provincie Antwerpen, 2010.
- "Bio Filip Canfyn". Geraadpleegd 16 augustus 2016. [www.edubuild.com/files/filip\\_canfyn\\_bio.pdf](http://www.edubuild.com/files/filip_canfyn_bio.pdf).
- Blondia, Matthias. "Een onderzoek naar het ruimtelijk sturend potentieel van een geïntegreerd regionaal openbaar vervoersproject voor de Vlaamse Nevelstad & Een netwerk van verknoopte corridors als strategie voor de transformatie van mobiliteits- en verstedelijkingspatronen". KU Leuven. Arenberg doctoral school of science, engineering & technology, 2014.
- Blunden, Jessica, en Derek S. Arndt. "State of the Climate in 2015". *Bulletin of the American Meteorological Society* 97, nr. 8 (2016): Si-S275. <http://journals.ametsoc.org/doi/abs/10.1175/2016BAMSStateoftheClimate.1>.
- Boelens, Luuk, Beitske Boonstra, Kobe Boussauw, Tom Coppens, Geert De Blust, Pascal De Decker, Dirk Lauwers, Michael Ryckewaert, Jan Schreurs, en Maarten Van Acker. "Maakt minister Schauvliege er zich niet te gemakkelijk van af voor de ruimtelijke ordening?" *De Tijd*, 25 mei 2016.
- Borret, Kristiaan. "Nevelstad spotting: analyses vanuit concreet-ruimtelijke invalshoek". *Ruimte en Planning* 22, nr. 3 (2002): 244-244. <https://biblio.ugent.be/publication/328542/file/6791365>.
- Braem, Renaat. *Het lelijkste land ter wereld*. Leuven: Davidsfonds, 1968.
- Breheny, Michael. "Centrists, decentrists and compromisers: views on the future of urban form". *The compact city: A sustainable urban form*, 1996, 13-35. <https://books.google.be/books?hl=nl&lr=&id=MliRAGAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA10&dq=breheny+views+on+the+future+of+urban+form&ots=vXY0pO1bff&sig=oZZ4pUy0To62rTVoiJhbnaSEvo>.
- Brundtland, G. H. *Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press, 1987.
- "Brussels architect Leo Van Broeck aangesteld als Vlaams Bouwmeester". *Vlaams Bouwmeester*, 8 juli 2016. <http://www.vlaamsbouwmeester.be/nl/nieuws/brussels-architect-leo-van-broeck-aangesteld-als-vlaams-bouwmeester>.
- Calthorpe, Peter. *The Next American Metropolis: Ecology, Community, and the American Dream*. New York: Princeton Architectural Press, 1993.
- Canfyn, Filip. *Het syndroom van verkavelingsvlaanderen: Een radicaal pleidooi voor stedelijk wonen*. Urban notebooks / Stadsschriften / Cahiers urbains 10. Brussel: VUBpress, 2014.
- . interview door Lotte Verduyck op 21/03/2016, KULeuven, Leuven, 2016.
- Cervero, Robert. "Public Transport and Sustainable Urbanism: Global Lesson". St. Louis, United States: Federal Reserve Bank of St Louis, 2006. [http://search.proquest.com.kuleuven.ezproxy.kuleuven.be/docview/1698186160?rfr\\_id=info%3Axri%2Fsid%3Aprimo](http://search.proquest.com.kuleuven.ezproxy.kuleuven.be/docview/1698186160?rfr_id=info%3Axri%2Fsid%3Aprimo).
- . *The transit metropolis: a global inquiry*. London: Island press, 1998.
- Cervero, Robert, en Cathleen Sullivan. "TODs for Tots". *Planning* 77, nr. 2 (2011): 26-31.
- Ceulemans, Wesley, en Griet Verbeeck. "Grote Woononderzoek 2013: Deel 6. Energie". Steunpunt Wonen, 2015. [http://steunpuntwonen.be/Documenten\\_2012-2015/Onderzoek\\_Werkpakketten/gwo-volume-2-deel-6-eind.pdf](http://steunpuntwonen.be/Documenten_2012-2015/Onderzoek_Werkpakketten/gwo-volume-2-deel-6-eind.pdf).
- Chakrabarti, Vishaan. *A Country of Cities: A Manifesto for an Urban America*. New York: Metropolis Books, 2013.
- Cloostermans, Guido. "Autodelen zit in de lift". *Het Belang van Limburg*, 24 november 2016.
- Curtis, Carey, John L. Renne, en Luca Bertolini. *Transit oriented development: making it happen*. USA: Ashgate Publishing, Ltd., 2009.

- Daniels, Eline. "Sleutelen aan het landelijke woonideaal in Vlaanderen - Een ontwerpend onderzoek [masterproef]". Katholieke Universiteit Leuven, 2013.
- De Boeck, Ann. "Alle huizen krijgen een M-score". *De Morgen*, 16 juni 2015.
- De Broeck, Wouter. "Aantrekkingskracht landelijke gemeenten blijft groot". *De Tijd*, 15 april 2015.  
[http://netto.tijd.be/nieuws/archief/Aantrekkingskracht\\_landelijke\\_gemeenten\\_blijft\\_groot.9626367-1616.art?ckc=1](http://netto.tijd.be/nieuws/archief/Aantrekkingskracht_landelijke_gemeenten_blijft_groot.9626367-1616.art?ckc=1).
- De Bruyn, Joeri. interview door Lotte Verduyck op 28/03/2016, KULeuven, Leuven, 2016.
- De Decker, Pascal. "Understanding Housing Sprawl: The Case of Flanders, Belgium". *Environment and Planning A* 43, nr. 7 (2011): 1634–1654.
- De Geyter, Xaveer, Maarten Gheysen, Lieven De Boeck, Yuichiro Suzuki, en Pier Vittorio Aurelie. *After-Sprawl, onderzoek naar de hedendaagse stad*. Antwerpen: NAI Uitgevers & deSingel, 2002.
- De Groote, Peter. "Het einde van huisje, tuintje, boompje". *De Tijd*, 28 mei 2016.
- De Meulder, Bruno. "De Belgische stedenbouw en de belofte van de welvaart 1945-1975. 10 punten over de veranderende productie van het wonen". 010/ VAI/ Centrum Vlaamse Architectuurarchieven Rotterdam/ Antwerpen, 2006.
- De Meulder, Bruno, Jan Schreurs, Annabel Cock, en Bruno Notteboom. "Sleutelen Aan Het Belgische Stadslandschap". *Oase: Tijdschrift Voor Architectuur*, nr. 52 (1999): 78–112.
- De Peuter, Bart, Wouter Bervoets, Rob van der Heijden, Pascal De Decker, en Joris Voets. "Op zoek naar draagvlak voor een nieuw ruimtelijk beleid in Vlaanderen: leren van het Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen". *Ruimte & Maatschappij* 2, nr. 3 (2011): 25–48.
- De Smet, Dries. "De alarmklokken komen uit Rome". *De Standaard*, 9 mei 2012.  
<http://www.standaard.be/cnt/hp3pqtjm>.
- De Tavernier, Johan. *De broosheid van het zinvolle*. Leuven: Acco, 2011.
- De Tijd. "Schauvliegje wil 'betonstop' tegen 2050". *De Tijd*, 24 mei 2016.
- De Vos, Els. *Hoe zouden we graag wonen?: woonvertogen in Vlaanderen tijdens de jaren zestig en zeventig*. Leuven: Universitaire pers Leuven, 2012.
- De Vos, Els, en Hilde Heynen. "Shaping Popular Taste: The Belgian Farmers' Association and the Fermette during the 1960s–1970s". *Home Cultures* 4, nr. 3 (2007): 237–259.  
<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.2752/174063107X247260>.
- De Vos, Jonas, Veronique Van Acker, en Frank Witlox. "The Influence of Attitudes on Transit-Oriented Development: An Explorative Analysis". *Transport Policy* 35 (2014): 326–329.
- De Vriese, Jorg. interview door Lotte Verduyck op 04/03/2016, KULeuven, Leuven, 2016.
- Departement RWO. "Groenboek Beleidsplan Ruimte Vlaanderen: Vlaanderen in 2050 : mensenmaat in een metropool". Vlaamse Overheid, 2012.  
[www2.vlaanderen.be/ruimtelijk/br2012/groenboek\\_beleidsplanruimte.pdf](http://www2.vlaanderen.be/ruimtelijk/br2012/groenboek_beleidsplanruimte.pdf).
- . "Ruimte voor morgen. Burgerparticipatie voor een groenboek beleidsplan ruimte". Vlaamse Overheid, 2011.  
[www.vlaanderen.be/nl/publicaties/detail/ruimte-voor-morgen](http://www.vlaanderen.be/nl/publicaties/detail/ruimte-voor-morgen).
- . "Werktekst voor het Witboek BRV: Samen aan de slag voor een evenwichtige ruimtelijke ontwikkeling". Vlaamse Overheid, november 2015.  
[www.ruimtevlaanderen.be/Portals/108/docs/BRV/Witboek\\_BRV\\_werktekst.pdf](http://www.ruimtevlaanderen.be/Portals/108/docs/BRV/Witboek_BRV_werktekst.pdf).
- Desmet, Yves. "Ruimte". *De Morgen*, 28 april 2011.
- Devisch, Oswald. interview door Lotte Verduyck op 25/03/2016, KULeuven, Leuven, 2016.

- Devoldere, Stefan. interview door Lotte Verduyck op 12/04/2016, KULeuven, Leuven, 2016.
- . "Wijlen de fermette-Vlaming". *De Standaard*, 5 maart 2016. [http://www.standaard.be/cnt/dmf20160304\\_02165574](http://www.standaard.be/cnt/dmf20160304_02165574).
- Dittmar, Hank, en Gloria Ohland. *The New Transit Town: Best Practices In Transit-Oriented Development*. London: Island Press, 2004.
- Eeckhout, Bart. "Een eigen huis, een plek in de file". *De Morgen*, 5 maart 2016.
- . "Standpunt". *De Morgen*, 17 juni 2015.
- Elkington, John. *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Oxford: Capstone, 1998.
- "Files in 2015 zwaarder en langer (behalve waar gewerkt is aan de weg)". *Knack Trends*, 20 maart 2016. <http://trends.knack.be/economie/beleid/files-in-2015-zwaarder-en-langer-behalve-waar-gewerkt-is-aan-de-weg/article-normal-680601.html>.
- Futerra Sustainability Communications. "Sell the sizzle", 2010. <http://7e-model.be/wp-content/uploads/2015/01/Sellthesizzle.pdf>.
- Giddens, Anthony. *Modernity and Self-Identity: Self and Society in Late Modern Age*. Cambridge: Polity press, 1991.
- Grafe, Christoph. *Dierbaar is duurzaam: zes stellingen rond architectuur, cultuur en ecologie*. Antwerpen: Vlaams architectuurinstituut, 2011.
- Grietens, Erik. *Vlaanderen in de knoop: een uitweg uit de ruimtelijke wanorde*. Brussel: ASP, 2009.
- Habermas, Jürgen. "The theory of communicative action, volume I". *Boston: Beacon*, 1984. [http://www.unm.edu/~rlwood/Richard\\_Wood/TEACHING\\_files/Soc514syl.Spring2009.final.pdf](http://www.unm.edu/~rlwood/Richard_Wood/TEACHING_files/Soc514syl.Spring2009.final.pdf).
- Hajer, Maarten A., Jantine Grijzen, Susan A. van 't Klooster, Henk Ovink, Elien Wierenga, en Eduard Dammers. *Sterke verhalen: hoe Nederland de planologie opnieuw uitvindt*. Rotterdam: 010 Publishers, 2010.
- Hardin, Garrett. "The Tragedy of the Commons". *Science*, nr. 3859 (1968): 1243–48. <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19390450903037302>.
- Healey, Patsy. "Planning through debate: the communicative turn in planning theory". *Town planning review* 63, nr. 2 (1992): 143. <http://online.liverpooluniversitypress.co.uk/doi/pdf/10.3828/tpr.63.2.422x602303814821>.
- Heuts, Eva, en Erik Rombaut. *Duurzame stedenbouw in woord en beeld: gids met praktijkvoorbeelden voor de transitie naar een ecopolis*. Brugge: Die Keure, 2010.
- Heynen, Hilde. "Belgium and the Netherlands: Two Different Ways of Coping with the Housing Crisis, 1945-1970". *Home Cultures* 7, nr. 2 (2010): 159–178. <https://lirias.kuleuven.be/bitstream/123456789/263329/1/homecultures2010.pdf>.
- "Historisch akkoord over Oosterweel". *De Morgen*, 15 maart 2017. <http://www.demorgen.be/binnenland/historisch-akkoord-over-oosterweel-b4bc3b4c/>.
- Hoeken, Hans, Jos Hornikx, en Lettica Hustinx. *Overtuigende teksten: onderzoek en ontwerp*. Bussum: Coutinho, 2009.
- Impe, Peter. "'Vlaming houdt vast aan (bijna) alle woonclichés'". *Knack Trends*, 10 juli 2016. <http://trends.knack.be/economie/immo/vlaming-houdt-vast-aan-bijna-alle-wooncliches/article-opinion-726785.html>.
- Jacobs, Jane. *The Death and Life of Great American Cities*. New York: Random House, 1961.
- Jones, Peter Tom, en Roger Jacobs. *Terra Incognita. Globalisering, ecologie en rechtvaardige duurzaamheid*. Gent: Academia Press, 2006.
- Kotler, Philip, en Gerald Zaltman. "Social marketing: an approach to planned social change". *The Journal of Marketing*, 1971, 3–12. <http://www.jstor.org/stable/1249783>.

- KVAB. *Energiezuinige gebouwen: van geïsoleerd over lage-energie naar passief, nulenergie en plusenergie*. Wetteren: Universa, 2010.
- Lagasse, Leen. "Sociale marketing: instrument voor duurzame gedragsveranderingen bij grote groepen". In *Overheidscommunicatie in België – Een overzicht.*, 95–105. Antwerpen - Apeldoorn: Garant, 2004.
- Leinfelder, Hans. "Dominante en alternatieve planningsdiscoursen ten aanzien van landbouw en open ruimte in een (Vlaamse) verstedelijkende context". Universiteit Gent, 2007.
- Loeckx, André, en Bruno De Meulder. "Wonen op zoek naar stedelijkheid, dichtheid en duurzaamheid: debatten, realiteiten, perspectieven". *De eeuw van de stad: over stadsrepublieken en rastersteden*, 2003, 273–304. <http://repository.tue.nl/655571>.
- Loeckx, André, en Marc Martens. "Groepswoningbouw: een balans, een perspectief". SUN Amsterdam, 2009.
- LONDO. *Duurzame ontwikkeling: een multidisciplinaire visie*. 2de herz.dr. Leuven: Acco, 2013.
- Malthus, Thomas Robert. *An Essay on the Principle of Population - Vol. 1*. Londen; New York: J.M. Dent; E.P. Dutton, 1798.
- McDonough, William, en Michael Braungart. *Cradle to cradle: Remaking the way we make things*. London: MacMillan, 2010.
- Meeus, Bruno, en Pascal De Decker. *De geest van suburbia*. Antwerpen: Garant, 2013.
- Milman, Oliver. "Environmental Records Shattered as Climate Change 'Plays out before Us'". *The Guardian*, 2 augustus 2016, sec. Environment. <https://www.theguardian.com/environment/2016/aug/02/environment-climate-change-records-broken-international-report>.
- Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap. *Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen*. Brussel: Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, 1997. <http://www.vliz.be/imisdocs/publications/234051.pdf>.
- Mortelmans, Dimitri. *Handboek kwalitatieve onderzoeksmethoden*. Leuven: Acco, 2013.
- Mouffe, Chantal. "Deliberative Democracy or Agonistic Pluralism?" *Social Research* 66, nr. 3 (1999): 745.
- Myers, Dowell, en Elizabeth Gearin. "Current preferences and future demand for denser residential environments". *Housing Policy Debate* 12, nr. 4 (2001): 633–659. doi:10.1080/10511482.2001.9521422.
- Nelder, Chris. "Communication: Positive Energy". *Nature* 498, nr. 7454 (2013): 293–95.
- Newman, Peter. "Planning for Transient Oriented Development: Strategic Principles", 2009. [http://espace.library.curtin.edu.au/R?func=dbin-jump-full&object\\_id=160200](http://espace.library.curtin.edu.au/R?func=dbin-jump-full&object_id=160200).
- Newman, Peter, en Jeffrey Kenworthy. "The Land Use—transport Connection: An Overview". *Land Use Policy* 13, nr. 1 (1996): 1–22.
- Oosterlynck, Stijn, en Pascal Debruyne. "Plannen voor een meervoudige toekomst. Interview met Louis Albrecht". *Ruimte en planning: tijdschrift voor ruimtelijke planning, stedenbouw en huisvesting* 28 (2008): 60–70. [https://lirias.kuleuven.be/bitstream/123456789/198686/1/RP02\\_06\\_Oosterlynck\\_PROOF \[22 May 2008\].pdf](https://lirias.kuleuven.be/bitstream/123456789/198686/1/RP02_06_Oosterlynck_PROOF_[22_May_2008].pdf).
- Pannecoucke, Isabelle, en Pascal De Decker. "Grote Woononderzoek 2013: Deel 7. Woontevredenheid en woongeschiedenis". Steunpunt Wonen, 2015. [https://steunpuntwonen.be/Documenten\\_2012-2015/Onderzoek\\_Werkpakketten/gwo-volume-2-deel-7-eind.pdf](https://steunpuntwonen.be/Documenten_2012-2015/Onderzoek_Werkpakketten/gwo-volume-2-deel-7-eind.pdf).
- Peeters, Kris. "In 2050 is er geen ruimte meer om te redden". *De Standaard*, 25 mei 2016.
- Pisman, Ann, Georges Allaert, en Piet Lombaerde. "Ideaal wonen vanuit het perspectief van de bewoner". *Ruimte & Maatschappij* 3, nr. 2 (2011): 23–44. <http://hdl.handle.net/1854/LU-2016158>.
- Prochaska, James O., en Carlo C. Diclemente. "Stages and Processes of Self-Change of Smoking: Toward an Integrative Model of Change." *Journal of Consulting and Clinical Psychology* 51, nr. 3 (1983): 390–95. doi:10.1037/0022-006X.51.3.390.

- Raeymaekers, Koen. interview door Lotte Verduyckt op 4/04/2016, KULeuven, Leuven, 2016.
- Rekkers, An. interview door Lotte Verduyckt op 4/04/2016, KULeuven, Leuven, 2016.
- Rosenthal, Elisabeth. "Ban calls climate change 'defining challenge of our age'". *The New York Times*, 17 november 2007. <http://www.nytimes.com/2007/11/17/world/europe/17iht-climate.1.8372066.html>.
- "Ruimte voor morgen wint Prijs voor Overheidscommunicatie". *Communicatie Vlaanderen*, 18 november 2011. <http://communicatie.vlaanderen.be/nlapps/docs/default.asp?id=882>.
- Ruming, Kristian, Donna Houston, en Marco Amati. "Multiple Suburban Publics: Rethinking Community Opposition to Consolidation in Sydney". *Geographical Research* 50, nr. 4 (1 november 2012): 421–35. doi:10.1111/j.1745-5871.2012.00751.x.
- Ruming, Kristian J. "Urban consolidation, strategic planning and community opposition in Sydney, Australia: Unpacking policy knowledge and public perceptions". *Land Use Policy* 39 (juli 2014): 254–65. doi:10.1016/j.landusepol.2014.02.010.
- Ryckewaert, Michael, Pascal De Decker, Sien Winters, Brecht Vanderkerckhove, Frank Vastmans, Marja Elsinga, en Kristof Heylen. *Een woonmodel in transitie: toekomstverkenning van het Vlaamse wonen*. Antwerpen: Garant, 2012.
- SARO, MINARAAD, SARIV, VLAAMSE WOONRAAD, VLABEST, MORA, SALV, en SARC. "Advies over het Groenboek Beleidsplan Ruimte Vlaanderen", 2012. [www.vlaanderen.be/nl/publicaties/detail/advies-over-het-groenboek-beleidsplan-ruimte-vlaanderen](http://www.vlaanderen.be/nl/publicaties/detail/advies-over-het-groenboek-beleidsplan-ruimte-vlaanderen).
- Servaes, Jan, en Rico Lie. "New challenges for communication for sustainable development and social change: a review essay". *Journal of Multicultural Discourses* 10, nr. 1 (2 januari 2015): 124–48. doi:10.1080/17447143.2014.982655.
- Smets, Vincent. "Een regenstop tegen 2050 zit er niet meteen in". *De Standaard*, 3 juni 2016.
- Standaert, Luc. "Euforie na historisch akkoord". *Het Belang van Limburg*, 14 december 2015.
- "Steeds minder mensen met laag inkomen kunnen woning kopen". *Knack Trends*, 14 november 2016. <http://m.trends.knack.be/economie/immo/steeds-minder-mensen-met-laag-inkomen-kunnen-woning-kopen/article-normal-776323.html>.
- Stroeykens, Karlien. interview door Lotte Verduyckt op 23/03/2016, KULeuven, Leuven, 2016.
- Taniguchi, Ayako, Satoshi Fujii, Tomohide Azami, en Haruo Ishida. "Persuasive Communication Aimed at Public Transportation-Oriented Residential Choice and the Promotion of Public Transport". *Transportation* 41, nr. 1 (2014): 75–89. doi:10.1007/s11116-013-9472-7.
- Taylor, Nigel. *Urban Planning Theory since 1945*. Repr. London: Sage, 1999.
- Triest, Peter. interview door Lotte Verduyckt op 17/03/2016, KULeuven, Leuven, 2016.
- Triest, Peter, en Wiet Vandaele. "Verhaal zkt. Vertellers". *Ruimte*, 2011.
- Turtelboom, Annemie. "Vlaming vindt energiebesparing (heel) belangrijk, maar voert daad nog te weinig bij het woord", 16 oktober 2015. <http://annemieturtelboom.be/vlaming-vindt-energiebesparing-heel-belangrijk-maar-voert-daad-nog-te-weinig-bij-het-woord/>.
- Van Broeck, Leo. "Expertenadvies sensibilisering bouwcultuur en ruimtelijk rendement." Vlaamse Overheid - Ruimte Vlaanderen, 2014. [http://www2.vlaanderen.be/ruimtelijk/onderzoek/studies/RUREO\\_expertenadvies\\_BogdanVanBroeck.pdf](http://www2.vlaanderen.be/ruimtelijk/onderzoek/studies/RUREO_expertenadvies_BogdanVanBroeck.pdf).
- . interview door Lotte Verduyckt op 18/04/2016, KULeuven, Leuven, 2016.
- Van Driessche, Wouter. "'Betonstop pas in 2050: waar halen we het?'" *De Standaard*, 13 augustus 2016.
- Van Garderen, Femke. "'Betonstop moet sneller'". *De Morgen*, 24 mei 2016.

- Van Haver, Kris. "Zonder megaboort mist Vlaanderen de klimaatrein". *De Tijd*, 6 november 2016.
- Van Herck, Karina, en Tom Avermaete. *Wonen in welvaart: woningbouw en wooncultuur in Vlaanderen 1948-1973*. Rotterdam: 010 Publishers, 2006.
- Van Herck, Karina, Bruno De Meulder, en Marie-Françoise Plissart. *Wonen in meervoud: groepswoningbouw in Vlaanderen: 2000 - 2010*. Amsterdam: SUN, 2009.
- Van Horenbeek, Jeroen. "Schauvliege hertekent ruimtelijke ordening". *De Morgen*, 23 mei 2016.
- Van Horenbeek, Jeroen, en Ann De Boeck. "Schauvliege wil BETONSTOP". 23 mei 2016.
- Vandaele, John. "Politici, zet ramen en deuren open voor je burgers!" *MO\**. Geraadpleegd 19 mei 2017.  
<http://www.mo.be/interview/politici-zet-ramen-en-deuren-open-voor-je-burgers>.
- Vandaele, Wiet. "Duurzame stedenbouw". A+, 2003.
- . interview door Lotte Verduyck op 23/03/2016, KULeuven, Leuven, 2016.
- Vandevyvere, Han. "Op kop of aan de staart". *Ruimte* 3, nr. 10 (2011): 56–59.
- . "Strategieën voor een verhoogde implementatie van duurzaam bouwen in Vlaanderen. Toepassing op het schaalniveau van het stadsfragment [Doctoraat]". Katholieke Universiteit Leuven, 2010.  
<https://lirias.kuleuven.be/handle/123456789/269336>.
- Vankersschaever, Sarah. "Verkavelingsvlaanderen: van sociaal sprookje tot uitdoofscenario - Waarom we onze groene woondroom moeten loslaten". *De Standaard*, 3 december 2016.  
<http://planning.ugent.be/medialibrary/purl/nl/4385284/20161203--destandaard--allaert-verkavelingsvlaanderen-p20.pdf>.
- Verbeek, Thomas, Hans Leinfelder, Ann Pisman, en Georges Allaert. "Public and Private Use of Open Space in a Densely Urbanized Context", 26. Espoo: Aalto University, School of Science and Technology, Centre for Urban and Regional Studies, 2010.
- . "Vlaamse ruimtelijke ordening en/door het lint", 11. Amsterdam: Stichting Planologische Discussiedagen, 2010.  
<https://biblio.ugent.be/publication/957666/file/957698.pdf>.
- Verhetsel, Ann, Frank Witlox, en Nele Tierens. *Jongeren en wonen in Vlaanderen: woonsituatie, woonwensen en woonbehoeften*. Antwerpen: De Boeck, 2003.
- Verheyen, Anne-Sofie. "Kavel per kavel? Onderzoek naar duurzame alternatieven voor de klassieke verkaveling in Vlaanderen [masterproef]". Katholieke Universiteit Leuven, 2012.
- Verhoeven, Karel. "Het huis onze dromen". *De Standaard*, 16 december 2006. [www.standaard.be/artikel/detail.aspx?artikelid=GNV15NU94](http://www.standaard.be/artikel/detail.aspx?artikelid=GNV15NU94).
- Verledens, Laurenz. "'Hoger, kleiner, sneller, creatiever'". *Knack Trends*, 25 februari 2016.
- Vermunicht, Anneleen. "De vrijstaande passiefwoning versus duurzame ruimtelijke ordening in Vlaanderen. Onderzoek naar de bestaande suburbane woningvoorraad in Vlaanderen [masterproef]". Katholieke Universiteit Leuven, 2013.
- Vlaams Energieagentschap. "Het energiebewustzijn en -gedrag van de Vlaamse huishoudens 2015". 2015. Geraadpleegd 24 november 2015.  
[www2.vlaanderen.be/economie/energiesparen/beleid/REGenquete2015.pdf](http://www2.vlaanderen.be/economie/energiesparen/beleid/REGenquete2015.pdf).
- Vlaams Parlement. Voorstel van resolutie van de heren Johan Sauwens, Sas van Rouveroj, Bart Martens, Jan Peumans en Lode Vereeck, mevrouw Mieke Vogels en de heer Dirk de Kort betreffende aanbevelingen aangaande de versnelling van maatschappelijk belangrijke investeringsprojecten: Sneller door Beter (2010).  
<https://www.vlaamsparlement.be/parlementaire-documenten/parlementaire-initiatieven/579407>.

- Voets, Joris, Bart De Peuter, Brecht Vandekerckhove, David Broeckaert, Marie Le Roy, Patrick Maes, Pascal De Decker, Wouter Bervoets, Rob van der Heijden, en Peter Blummel. "Evaluerend onderzoek naar de effectiviteit van de uitvoering van het ruimtelijk beleid in Vlaanderen. Voorbereidend onderzoek voor het Beleidsplan Ruimte". Vlaamse Overheid - Departement Ruimtelijke Ordening, Woonbeleid en Onroerend Erfgoed, 2010. <http://repository.ubn.ru.nl/handle/2066/86803>.
- Voets, Joris, Bart De Peuter, Brecht Vandekerckhove, Pascal De Decker, David Broeckaert, Marie Le Roy, Patrick Maes, Wouter Bervoets, Rob van der Heijden, en Peter Blummel. "Flexibel plan werd ambtelijk en juridisch". *Ruimte* 2, nr. 8 (2010): 12–19.
- Walser, Lauren. "A Tale of Two Planners: Jane Jacobs vs. Robert Moses", 14 april 2016. <https://savingplaces.org/stories/a-tale-of-two-planners-jane-jacobs-and-robert-moses>.
- Williams, Katie, Elizabeth Burton, en Mike Jenks. "Achieving the compact city through intensification: an acceptable option". *The compact city: A sustainable urban form*, 1996, 83–96. <https://books.google.be/books?hl=nl&lr=&id=MliRagAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA71&dq=williams+burton+jenks&ots=vX0-iOaif9&sig=clh53ERZnF8Ap85ly8XFicVUyp8>.
- Winters, Sien, Wesley Ceulemans, Kristof Heylen, Isabelle Pannecoucke, Lieve Vanderstraeten, Katleen Van den Broeck, Pascal De Decker, Michael Ryckewaert, en Griet Verbeeck. "Wonen in Vlaanderen anno 2013. De bevindingen uit het Grote Woononderzoek 2013 gebundeld". Steunpunt Wonen, maart 2015. [http://steunpuntwonen.be/Documenten\\_2012-2015/Onderzoek\\_Werkpakketten/gwo-volume-1-eind.pdf](http://steunpuntwonen.be/Documenten_2012-2015/Onderzoek_Werkpakketten/gwo-volume-1-eind.pdf).
- "Wonen in meervoud". Geraadpleegd 3 juni 2017. <http://www.dimension.be/cms/grafisch/artikel/pdf/647-1456%20NL.pdf>.
- "Wonen in Meervoud". *Vlaams Architectuurinstituut*. Geraadpleegd 3 juni 2017. <https://www.vai.be/nl/publicatie/wonen-in-meervoud>.
- Ysebaert, Tom. "Vlaming is uitverkaveld". *De Standaard*, 1 maart 2016. [http://www.standaard.be/cnt/dmf20160229\\_02157095](http://www.standaard.be/cnt/dmf20160229_02157095).
- Earth Overshoot Day*. Geraadpleegd 3 november 2016. [www.overshootday.org](http://www.overshootday.org).
- Encyclo*. Geraadpleegd 10 november 2016. [www.encyclo.nl/begrip/verstrooid](http://www.encyclo.nl/begrip/verstrooid).
- Milieurapport*. Geraadpleegd 12 november 2016. [www.milieurapport.be/nl/feitencijfers/milieuthemas/versnippering/](http://www.milieurapport.be/nl/feitencijfers/milieuthemas/versnippering/).
- Regionet Leuven*. Geraadpleegd 19 november 2016. <http://regionetleuvenbe.webhosting.be/opstart/>.
- Beleidsplan Ruimte Vlaanderen*. Geraadpleegd 21 november 2016. <http://www.beleidsplanruimte.be/>.
- Ruimte Vlaanderen*. Geraadpleegd 28 februari 2017. <https://www.ruimtevlaanderen.be/BRV>.
- Common Ground*. Geraadpleegd 28 december 2016. <http://www.common-ground.eu/>.