

De Proeffabriek

samen werken aan de toekomst van het Groene Hart



Inhoud

1. Inleiding.....	3
2. Het Groene Hart in beeld	4
3. Toekomstverkenning van het Groene Hart	6
4. Actieplanning Groene Hart	9
5. Hoe verder?.....	12
Bijlage 1: thematische clustering van opbrengst werkronde 1 en 2.....	13
Bijlage 2: deelnemerslijst	21
Bijlage 3: leden Ontwerpgroep	24
Bijlage 4: foto-impressie.....	25

1. Inleiding

Op initiatief van de Stuurgroep Nationaal Landschap Groene Hart is op 26 november een bijeenkomst georganiseerd om aan de slag te gaan met de toekomst van het Groene Hart. Aanwezig waren 75 inwoners, ondernemers, recreanten, agrariërs, natuurbeschermers, onderzoekers, ambtenaren en bestuurders. Als smaakmakers van het Groene Hart wisselden zij van gedachten over de volgende vragen:

- Wat zien wij als kracht van het Groene Hart? En wat zijn de aandachtspunten?
- Wat is onze visie op het Groene Hart voor 2025?
- Wat willen wij zelf doen om deze visie dichterbij te brengen?

De antwoorden op deze vragen zijn geformuleerd in drie werkrondes. Hierbij is gewerkt aan ronde tafels en is de groepssamenstelling driemaal veranderd. De antwoorden van de deelnemers zijn verwoord in voorliggend verslag dat tot stand is gekomen door hun flipoverproducties themagewijs te clusteren.

De bijeenkomst is voorbereid door een Ontwerpgroep, gevormd door acht vertegenwoordigers uit of rond het Groene Hart. De bijeenkomst vond plaats in de voormalige Campinafabriek in Woerden.

Met dit initiatief biedt de Stuurgroep Groene Hart een platform dat groeperingen verbindt, waar het gaat om opgaven met een Groene Hart dimensie. Het debat aanjagen over kwaliteit in het Groene Hart, monitoren, signaleren en agenderen van gewenste en ongewenste ontwikkelingen ziet de Stuurgroep als haar taak, evenals het beter verbinden van het groene gebied met de grote steden. De bijeenkomst is geopend en afgesloten door Adri Bom-Lemstra, voorzitter van de Stuurgroep Nationaal Landschap Groene Hart en gedeputeerde van de Provincie Zuid-Holland.

2. Het Groene Hart in beeld

Op de vraag wat de kracht van het Groene Hart is, hebben de deelnemers de volgende hoofdpunten geformuleerd:



Mooi gebied

Het is een mooi, aantrekkelijk en weids gebied, kleinschalig en groot tegelijk, met hoge natuurwaarden. Typeringen als etalage van Nederland en grootste tuin van alle steden benadrukken de schoonheid.

Grote variatie en diversiteit

Het gebied bestaat uit steden, platteland en water en de woorden Groen & Blauw zijn daarom mogelijk treffender dan groen alleen. Ook het (water)landschap zelf is gevarieerd.

Cultuurhistorische waarde

Het gebied heeft een grote cultuurhistorische waarde. Dit geldt voor alle onderdelen - vestigingssteden, landschap, water - die samen het nationaal erfgoed Groene Hart vormen.

Centraal en open

Het gebied ligt centraal in Nederland, te midden van de grote steden (G4). Het ligt dichtbij Schiphol en is bereikbaar met fiets, auto en bus. Het is open en dichtbij.

Vitaal en veel potentie

Het gebied heeft de nabijheid van 7 miljoen omwoners uit de Randstad. Potentiële 'klanten', het bruist van de energie en initiatieven van consumenten en producenten. De maakindustrie is belangrijk voor de werkgelegenheid.

Hoogwaardige, lokale voedselproductie

De agrariërs in het gebied beoefenen moderne landbouw. Ook hier vitaliteit, veel potentie en een belangrijke economische motor. De agrariërs zorgen voor hoogwaardige, biobased voedselketens met waardevolle streekproducten.

Recreatie en toerisme hebben veel potentieel

Op het gebied van recreatie en toerisme is veel ontwikkeling mogelijk, voortbouwend op al aanwezige toeristische trekpleisters en hotspots.

Naast deze sterke punten, heeft het Groene Hart ook belangrijke aandachtspunten:

Versnipperd

Er is niet één Groene Hart, het is versnipperd op alle niveaus: gemeenten, ondernemers, regio's, provincies en organisaties. Visie, keuzes en regie ontbreken.

Verrommeld

Op sommige plaatsen wordt de ruimte meer verrommeld, zoals bij bedrijventerreinen.

Onbekend

Het Groene Hart zit nog niet in de harten van alle mensen. Het gebied is niet bekend als een bestemming, in tegenstelling tot een gebied als Friesland.

Dalende bodem

Het Groene Hart heeft een slappe bodem. Naast bodemdaling krijgt het Groene Hart op de langere termijn ook te maken met klimaatverandering en toenemende verzilting. Deze problemen komen ook elders in Nederland voor en vraagt om een gecoördineerde aanpak en heldere keuzes.

Toegankelijkheid & bereikbaarheid

Toegankelijkheid van de grote steden is (nog) goed. Bereikbaarheid vanuit de grote steden naar de oude vestigingssteden in het gebied gaat, maar de kern van het Groene Hart is niet erg toegankelijk.

Voorzieningenniveau kleine kernen

Het voorzieningenniveau van de kleine kernen staat onder druk, dat maakt deze kernen niet alleen minder aantrekkelijk om te wonen, het heeft ook consequenties voor de recreatieve ontwikkeling.

Vitaliteit platteland

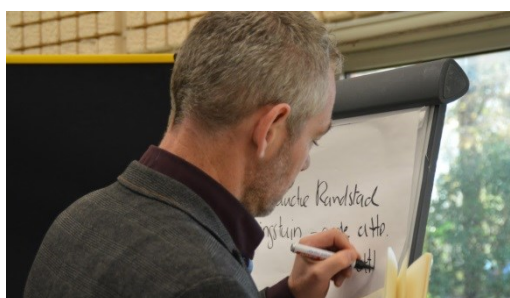
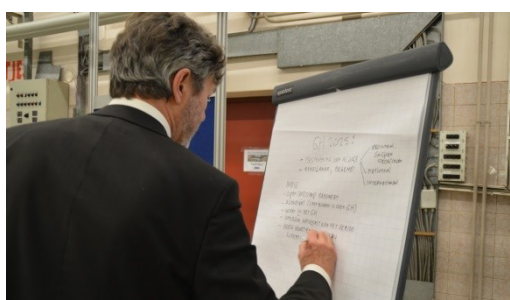
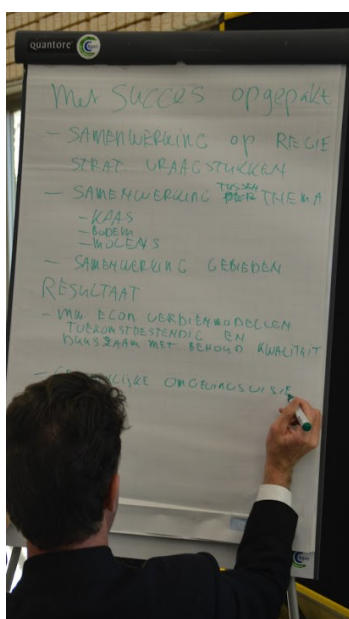
Zorg, kinderopvang of horeca biedt ontwikkelkansen voor het platteland, maar niet iedere boer kan daarmee uit de voeten. Tegelijkertijd is een boerderij met alle grond te duur voor alleen een kleinschalige zorginstelling. Maak twee ondernemers op één erf mogelijk.

3. Toekomstverkenning van het Groene Hart

In de tweede werkronde hebben de deelnemers de toekomst verkend:

Het is 26 november 2025, na een drukke dag kom je thuis, pakt wat drinken, zet de televisie aan en je hoort de naam 'Groene Hart'. Het Groene Hart heeft een prijs gewonnen als initiatiefrijkste gebied van Europa. Met vereende krachten zijn een aantal belangrijke zaken op creatieve wijze gerealiseerd. Wat vertelt de nieuwslezer en wat is er gebeurd sinds 26 november 2015:

- Wat is er met succes opgepakt?
- Wie/ wat was hierbij doorslaggevend?
- Wat heeft dit in de Randstad en het Groene Hart teweeg gebracht?



Tien tafels hebben het mogelijk nieuwsitem in 2025 benoemd, één tafel denkt dat er in 2050 een belangrijker nieuwsitem te horen is. De nieuwsitems variëren: Het Groene Hart nummer 1 op de lijst van de Lonely Planet, miljoenste Hartige Groene taart verkocht, miljoenste bezoeker laagste punt van Nederland, nieuwe wijken zijn zelfvoorzienend aangelegd, Groene Hart in de top tien van beste toeristische gebieden. Het Groene Hart dé bestemming van allure, Groene Hart de Proeftuin of juist Ontspanningstuin van de Randstad. Groene Hart heeft bidbook opgesteld voor de World Expo.

Deelnemers van drie tafels lichten hun nieuwsitem plenair toe

Miljoenste bezoeker diepste punt van Nederland

In het bezoekerscentrum Het diepste punt van Nederland kunnen mensen al bungee-jumpend in het diepste gat net met hun voeten het zoete water aanraken. Het bezoekerscentrum laat verder zien hoe polders door de eeuwen heen ontwikkeld zijn en voor de eeuwigheid behouden. Hoe á la de Deltawerken het Groene Hart stabiel en klimaatbestendig is gemaakt. De gebieden hebben zich natuurlijk verenigd, de krachten gebundeld en nieuwe verdienmodellen ontwikkeld. Toeristen kunnen het diepste punt van Nederland eenvoudig vinden via www.greenheart.com onderdeel van www.holland.com. Waar bijvoorbeeld Chinese bezoekers van het rijksmuseum eenvoudig van de Hollandse meesters door kunnen klikken naar 'the real thing'.

Groene Hart ontspanningstuin voor de Randstad

Het Groene Hart is de plek om zaken doen te combineren met rust. Kleine kernen zijn behouden door innovatieve technieken. Productie vindt weer plaats bij het boerenbedrijf zelf. Steden uit de hele wereld komen naar het Groene Hart om te zien hoe dat gaat, hoe dat smaakt, hoe dat beleefbaar is. Bodemdaling wordt een internationale topsector, midden in het Groene Hart bevindt zich het centrum van bodemdaling (Zegveld).

Top 10 notering toeristisch gebied

Durf keuzes te maken voor gebieden: varieer. Durf in bepaalde gebieden land op te geven voor moeras (circulair omgaan met veen). Het noorden wordt 'the garden of Amsterdam' en trekt de rustzoekende Randstedeling en internationale toeristen. Het midden met de Heksenwaag en de vestingsteden is meer intensief en gericht op beleving. Het zuiden heeft meer rust, richt zich ook op ouderenzorg op boerderijen. Goede werving, marketing waar geld in gestoken wordt. Randstedeling kan Vriend van het Groene Hart worden en krijgt dan privileges.

Succesfactoren

Hoewel de nieuwsitems verschillen, staan op verschillende flip-overvellen dezelfde succesfactoren. Daarbij zijn vooral twee zaken doorslaggevend:

Krachtenbundeling

Partijen hebben de handen ineengeslagen bijvoorbeeld in een Vereniging van Eigenaren van het Groene Hart, een lange termijn visie ontwikkeld, voor draagvlak gezorgd, keuzes gemaakt en de uitvoering georganiseerd. Hierbij is klein begonnen, zijn successen gedeeld en is een vorm gevonden om snel keuzes te maken.

Innovatie

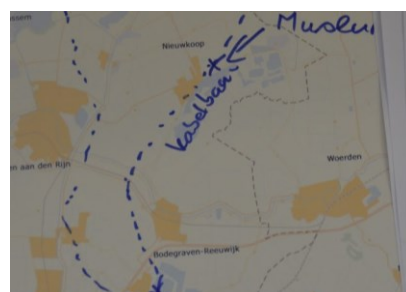
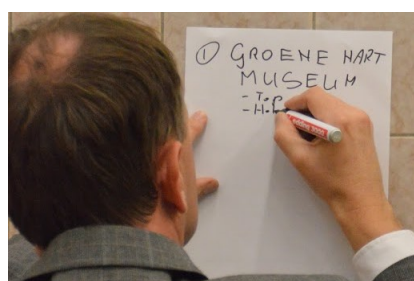
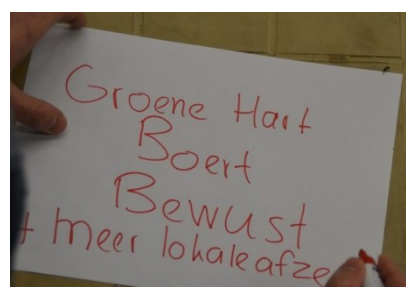
De 5 o's (ondernemers, overheid, onderwijs, onderzoek en omgeving) zijn met elkaar gaan samenwerken om kennis te ontwikkelen, te experimenteren en nieuwe verdienmodellen op te stellen.

Daarnaast wordt genoemd

- 1) Het aantrekkelijke groen/blauwe hart met al haar diversiteit is behouden
- 2) Openheid landschap is behouden
- 3) Regelgeving is versoepeld
- 4) Meer ondernemerschap
- 5) Het Groene Hart weet wat de consument wil en speelt daarop in
- 6) Landbouw is door aanpassingen behouden voor toekomstige generaties
- 7) Werkwijze om snel met draagvlak keuzes te maken
- 8) Er is één omgevingsvisie voor het hele Groene Hart
- 9) Er is één regiepartij die visie en strategische samenwerking coördineert

4. Actieplanning Groene Hart

In de laatste werkronde hebben de deelnemers een agenda opgesteld van onderwerpen waaraan ze willen werken om de gewenste toekomst dichterbij te brengen.



Expertisecentrum bodemdaling oprichten

We hebben een expertisecentrum nodig om kennis te ontwikkelen over bodembeheersing. Dit *Platform Slappe Bodem*: agendeert de gevolgen van bodemdaling, organiseert kennisuitwisseling tussen overheden en wordt daarbij ondersteund door o.a. de TU Delft en Deltares. Er zijn nog veel kennisvragen naar regionale verschillen in oorzaken, gevolgen en oplossingsrichtingen. Meer expertise en goede communicatie moeten leiden tot een nationale agenda en een op nationaal niveau ondersteunde aanpak die internationaal aanzien heeft. Het is onze ambitie dat we uiteindelijk trots kunnen zijn op hoe ons land omgaat met bodemdaling.

De eerste actiepunten zijn

- Besef van urgentie, bewustzijn en voorlichting
- Nationale kennisdeling, om lacunes in kennis op te vangen
- Een nationale kennisontwikkelingsstrategie en -agenda
- Het ontwikkelen van een communicatiestrategie om de samenleving beter bewust te maken van de problemen en de oplossingsrichtingen
- Organiseren van ruimte voor experimenteren
- Creëren van perspectief: laten zien dat het kan

Hiervoor is krachtenbundeling, samenwerking en eigenaarschap nodig met acceptatie van regionale verschillen en grensoverschrijdend denken.

Stad & Platteland meer verbinden

We streven ernaar dat de bewoner van de Randstad het Groene Hart waardeert vanwege zijn openheid, historie, producten en recreatiemogelijkheden. Hiervoor is meer vraag- dan aanbodgericht denken nodig: meer denken vanuit de stad. Ook zijn herkenbare poorten nodig naar het Groene Hart. We willen de poortfunctie uitbouwen door te informeren, te verbinden en te ontsluiten. Boeren en tuinders delen het landschap met de Randstedeling, zodat deze ambassadeur wordt van het Groene Hart. Concrete acties zijn poorten ontwikkelen, facilitering door de overheid met vergunningen en subsidies en het verbinden van ondernemers die al een poortfunctie hebben.

Waterverbindingen uitbreiden

Het Groene Hart heeft veel water -meer dan in Friesland-, maar het is niet verbonden. Fiets- en wandelpaden zijn nu wel goed ontwikkeld, maar dat geldt niet voor het water. Ook via het water is verbinding mogelijk met de historie langs de vestingsteden, de erfgoedlijnen, naast de Limes¹, de Hollandse Waterlinie en de oude trekvaart verbindingen. In de kern van het Groene Hart, tussen de steden willen we een intensief recreatielandschap creëren. Het gaat om een intensief waternetwerk met veel overstappunten. Om dit realiseren is krachtenbundeling nodig. Richting de Krimpenerwaard is een meer extensief ingericht gebied, waar mensen meer voor hun rust en weidse vergezichten komen.

Lokale afzet boerenbedrijven verhogen

Er wordt nog te vaak 'geboerd' met de rug naar de stad. Boeren hebben ruimte nodig om te kunnen ondernemen. Voor die ruimte is het van belang dat boeren gezien en gewaardeerd worden door burgers. Contact met de burgers leidt tot wederzijds begrip en waardering. Meer gericht op wisselwerking. De gewenste richting voor boerenbedrijven is meer producten naar buiten en meer recreanten naar binnen. De afzet kan verhoogd worden door meer landwinkels in dichter bevolkte gebieden, meer aandacht voor de kwaliteit van de producten en meer initiatieven zoals Rechtstreex². 'Slow Food' en 'boerenkaas' zouden bijvoorbeeld culinair herontdekt moeten worden. In omgekeerde richting kunnen meer recreanten uit drukke, stedelijke gebieden boerenbedrijven bezoeken en daar rust en de natuur ervaren en gezonder worden³. Ook moeten twee functies op een plek mogelijk zijn, bijvoorbeeld voor kinderopvang, als regels worden aangepast. Concreet vraagt dit om meer samenwerking en het oplossen van logistieke en regelvraagstukken.

¹ Grens van het Romeinse Rijk

² Rechtstreex van de boer verkort de voedselketen en werkt aan een beter voedselsysteem. Stedelingen en anderen kunnen superverse lokale producten rechtstreeks bij de boer in de buurt bestellen.

³ Boerenstof en rauwe melk maken gezonder en voorkomen astma en allergie bij kinderen.

Een mogelijke stap is het project uit de Gelderse Vallei van Boert Bewust sneller naar het Groene Hart te halen (actie LTO-Noord).

Groene Hart Academie voortzetten

Een belangrijke vraag is hoe de 5 o's (ondernemers, overheid, onderwijs, onderzoek en omgeving) eigenaarschap kunnen ontwikkelen en samen een businessplan opstellen. Voor de Stuurgroep wordt een aanjaagfunctie gezien. De Groene Hart Academie kan de stuurgroep ondersteunen met kennis over proces en het invullen van ontwikkelingsplanologie. Thema's hierbij zijn bijvoorbeeld economie, bodemdaling en de invulling van de omgevingswet. Via de Academie kan het netwerk ontsloten worden en kunnen antwoorden op vragen ontwikkeld worden.

Een sterk merk maken van het Groene Hart

We hebben een sterk merk nodig evenals de promotie daarvan, denkend vanuit de gebruiker. Nu zijn we al redelijk bekend, maar dit kan nog veel beter. We moeten de identiteit van het Groene Hart zo goed mogelijk formuleren, zodat we ons onderscheiden. We kunnen een paraplu-merk ontwikkelen dat door allen gebruikt kan worden. Concreet gaat het om de volgende activiteiten:

- Inzichtelijk maken van de behoeften van potentiële bezoekers
- (Primair) inzetten op dagrecreatie
- Het merk laden
- Het belang van het merk naar buiten uitdragen
- Ondernemers en gemeenten betrekken
- Beeldbepalers van het Groene Hart identificeren en deze parels uitwerken
- Kunst afkijken bij andere toeristische gebieden
- Beleving creëren

Groene Hart Museum oprichten

Een topattractie creëren met Hollandse meesters en zicht op het Hollandse landschap (nog niet verder uitgewerkt).

Krachten bundelen

Om de krachten te bundelen hebben we een perspectief nodig. Hierbij moeten we verder weg kijken, maar niet in 'ongrijpbare' termijnen als 100 jaar. We kunnen bijvoorbeeld een concreet onderwerp kiezen, daar mensen bij uitnodigen en keuzes maken. Te denken valt aan thema's als water, blauw/groen waterschap en melkveehouderij. De overheid treedt daarbij op als facilitator, versneller en investeringsmultiplier. De Stuurgroep kan hierbij een stimulerende rol vervullen.

5. Hoe verder?

Adri Bom-Lemstra dankt alle aanwezigen voor hun bijdrage en voor de geslaagde bijeenkomst, die vele inzichten en ideeën opgeleverd heeft. Op 3 december bespreekt de Stuurgroep voorliggend verslag en zorgt dat dit samen met de acties die de Stuurgroep op zich neemt, teruggekoppeld wordt aan de deelnemers. De inzichten en ideeën die de Proeffabriek van 26 november heeft opgebracht wordt ook verstuurd naar alle gemeenteraden, naar de Provinciale Staten en de Verenigde Vergaderingen van de waterschappen.

Adri Bom-Lemstra benadrukt verder dat ieder op basis van de uitkomsten zelf zaken kan oppakken. Een kenmerk van het Groene Hart is dat het vitaal is en bruist van energie. Dit geeft haar vertrouwen dat iedereen kansen om de positie van het Groene Hart te versterken, ook nu weer zal benutten. De Stuurgroep zal deze vanuit haar rol ondersteunen.

Bijlage 1: thematische clustering van opbrengst werkronde 1 en 2

Werkronde 1: Het Groene Hart in beeld

Kracht van het Groene Hart

<i>Mooi, aantrekkelijk, weids gebied</i>	Heel mooi aantrekkelijk gebied
<i>Etalage van Nederland</i>	Grootste tuin van alle steden
<i>Grootse tuin van alle steden</i>	Etalage van heel Nederland
<i>Kleinschalig in het groot</i>	Weidsheid
	Weids
	Schoonheid
	Het heeft een naam
	Imago
	Groen tussen de steden
	Rust, groen, agrariërs
	Natuur
	Landschap(sbeheer)
	Mooi, verzorgd
	Groen en mooi
	Belevingswaarde
	Kleinschalig in het groot
	Gratis wellness, gezondheid, natuur
	Kenmerkend landschap
<i>Grote variatie en diversiteit: steden, platteland, water</i>	Diversiteit: Hollandse steden, erfgoed, landschap, waterrecreatie (groter dan Friesland)
<i>Groen en blauw</i>	Diversiteit: ▪ Stad en land ▪ Gebruik ▪ Bodem
<i>Landschap kent ook veel variatie</i>	Stad & Land
	Diversiteit van het landschap
	Fiets, vaar en wandelroute netwerken
	Groen en blauw
	Water
	Veelzijdigheid
	Variatie
	Variatie als kracht
	Vaarnetwerk/sloepen
	Watersysteem
	Watermanagement

<i>Veel cultuurhistorie van stad, platteland en landschap</i>	Historie, waterlinies
	Erfgoed
	Cultuurhistorie
	Cultuurhistorie in de omliggende steden
	Cultuurhistorisch erfgoed: oude steden en landschappen
<i>Centraal gelegen, dichtbij steden, open en goed bereikbaar</i>	Ligging
	Centrale ligging
	Te midden van steden
	Locatie in Randstad
	De steden eromheen
	Op korte afstand
	Openheid
	Bereikbaarheid voor steden
	Dichtbij
	Nabijheid
	Vlakbij Schiphol
	Bereikbaar: fiets, auto, bus
<i>Lokale voedselproductie, hoogwaardig, biobased, streekproducten</i>	Lokale voedselproductie
	Groene Hart producten
	Streekproducten
	Circulaire economie/ biosbased/ kringlooplandbouw: kansen die in het GH worden opgepakt maar niet specifiek voor het GH zijn
	Agrarische economie
	Landbouw, landschappelijke drager
	SER ladder: duurzame verstedelijking
	Boeren
	Ondernemer, boer, staat open voor kinderopvang op zijn erf
	Boerenstof en rauwe melk voorkomen astma en allergie bij kinderen (ref: onderzoek van Van Neerven)
	Hoogwaardige biobased productieketens (cranberries, farma uithalen, Boerenkaas)
	Bier & kaas= fermentatie (Zoeterwoude, Heinekenkaas)
<i>Een gebied dat veel te bieden heeft</i> <i>Veel potentie, vitaliteit en initiatieven</i> <i>6 miljoen potentiële 'klanten'</i>	6 miljoen 'klanten'
	Vitaliteit
	Veel te bieden
	Veel energie, veel initiatieven van consument en producent
	Diamanten
	Gratis
	Inwonertal, potentieel
	Diverse economie, arbeidsbevolking
	Veel potentie voor ontwikkeling
	Arbeidsethos
	TOP's: doorontwikkeling tot poorten?
	Beschikbare gebouwen

<i>Veel potentie voor recreatie en toerisme</i>	Potenties voor recreatie en toerisme
	Toerisme
	Toeristische motoren zoals Avifauna
	Recreatie

Aandachtspunten van het Groene Hart

<i>Versnippering op alle niveaus</i>	Versnippering op alle niveaus: gemeenten, ondernemers, regio's, provincies, organisaties
	Eén groene hart
	Visie provincie stuurgroep – uitvoering gemeenten. Verschillen in aanpak
	Verbreding verdienmodel
	Versnippering <-> verbinding
	Onvoldoende regie
	Verzuiling
	Gezamenlijke doelen
	Kosten beleid
	Gebiedsgerichte benadering
	Keuzes durven maken
	Verdienmodellen
	Aansturing, regie
	Onduidelijke identiteit
	Geen keuzes
	Fijne dooradering → druk verdelen
	Geen bestemming
	Meer samenwerken en niet teveel op ons zelf
	Gezamenlijkheid in governance
	Verbinden van losse initiatieven
<i>Onbekendheid. GH zit niet in de harten van mensen in de omliggende steden, in Nederland en daarbuiten</i>	GH is ruimtelijke ordeningsbegrip. Gemeenschappelijke waarde creëren ook financiële middelen en steun ondernemingen
	Marketing
	Onbekendheid
	GH zit nog niet overal in de harten van mensen (GH ziekenhuis, toeristische bedrijven profileren). Soms minder (interesse steden onderling/ over provinciegrens/ gevoel (t.o.v. Friesland).
	Hoe stedeling het gebied in?
	Friesland marketing
	Branding: sterk merk?
	Branding
	Promotie
	Missen goede website/app ook gericht op buitenlandse bezoekers
	Helder loket wordt gemist

	Herkenbaarheid en vindbaarheid voorzieningen (points of interests, bruine bordjes).
	Besteding recreant
	Bekendheid naam
	Ook voor toerisme van buiten het GH
	Recreatieve verbinding met Rotterdam
	Onvoldoende cohesie
	Focus op de Randstad als bezoeker van het GH
	Bekend maken
<i>Bodemdaling</i>	Bodemdaling slappe bodem. Boerenkaas kan extensiever, net als biologische. Heeft ook wettelijke bescherming (Gegarandeerde Traditionele Specialiteit GTS).
	Verziltten, dalen
	Bodemdaling
	Verzilting
	Water
	Inklinken bodem
	Probleem bodemdaling (niet specifiek voor GH). Gaat meer over kennisdeling breed in NL samen met universiteiten, I&M/EZ, gemeenten en waterschappen
	Bodemdaling op LT
	Koe in de wei leidt tot bodemdaling
	CO2 emissie
	Veen kan leiden tot extensivering
<i>Toekomst landschap en landouw</i>	Herstructureren
	Toekomst landbouw
	Diversificatie landbouw
	Planologie naar ontwikkelingsplanologie
	Hoe om te gaan met het landschap van de toekomst
<i>Toegang tot het gebied, de infrastructuur</i>	Toegang gebied
	Mobiliteit
	Grote aantallen als bedreiging
	Infrastructuur
	Recreatieve verbinding tussen stad en land (fiets)
	Bereikbaarheid: niet meer wegen maar bekend maken
<i>Stimuleren van recreatie</i>	Inspelen op behoeften van stedeling (eenzijdig profiel gebruiken)
	Verblijfsrecreatie nodig: hotels
	Recreatieve inrichting rond motoren en hot-spots
	Identiteit producten GH
	Recreatie weinig ontwikkeld
	Stimuleren recreatieve ondernemingen
	Recreatieve inrichting rond motoren en hotspot
<i>Overige vraagstukken die blijven liggen</i>	Leeftijd: oud, jong, midden? Middelbaar
	Woningmarkt
	Voorzieningenniveau onder druk
	Kwetsbaar

	Kwaliteit bedrijventerreinen
	Relatie producent en consument
	Groen versus bouwen
	Laat ondernemers zich welkom voelen
	Deconcentratie bebouwing stoppen, eerst opruimen dan pas nieuw
	Kinderopvang in buitengebied beperkt door regelgeving (VAB)

Werkronde 2: Toekomstverkenning van het Groene Hart

Wat is er met succes opgepakt?

<i>Aantrekkelijk groen/ blauw hart is behouden met al haar diversiteit</i>	Aantrekkelijker landschap
	Open landschap, behouden en natuur
	Waterrecreatie: voorzieningen
	Openheid van gebied gehandhaafd, incl. vaarverbreding
	Naast groene ook blauwe hart
	Parels versterken: diversiteit als kracht
	Wonen in het GH
	Groene metropool, central park, groene long
	Het GH klopt!
	Groen en bruikbaar GH
	Garden of Amsterdam
	Kleine, levende, werkzame en verbonden kernen
	Heritage gedachte; vrienden van het GH
	Water anders gewaardeerd: waterschap i.p.v. landschap
	Voorzien in woonbehoefte zonder het GH aan te tasten
<i>De landbouw is met haar tijd meegegaan en produceert voor haar inwoners en voor de Randstad</i>	De streek is de basis voor gezonde voeding en circulaire economie
	Ondernemen mag weer
	Agrariërs (zonder boeren geen GH)
	Landbouw aangepast aan het gebied
	GH produceert voor haar inwoners
	Voedselproductie van de Randstad
	Regelgeving versoepeld waardoor kinderopvang in buitengebied mogelijk is
	Multi functionele landbouw
	Agrarisch gebruik i.c.m. moderne vormen
	Voedsel als verbinding GH-Randstad
	Adaptatie landbouw GH aan omstandigheden als bodem, water, recreatie en omgeving
	Producten gaan over de hele wereld
	1 miljoenste Groene Hartige taart verkocht. Dit is het zoveelste GH product (naast Groene Hart kaas koe, kip en varken)
<i>Goed infrastructureel netwerk</i>	Netwerk van routestructuren vanuit de stad
	Goede infra, kleinere kernen
	Problematiek Kockengen opgelost
	Fietsend, varend, wandelend en struikelend over bruine bordjes
	Wegnemen belemmeringen: RO, Infra
	Ruimtelijke kwaliteit bedrijventerreinen
	Verbindingen op orde (gebouwen, omgeving)
	Toegenomen bevaarbaarheid

<i>Toeristische trekpleister in top 10 van Nederland</i>	Top 10 toeristisch gebied
	Top 10 notering als toeristische trekpleister
	Sterke promotie met €€€€
	No 1 in de Lonely Planet
	Branding vanuit lokale trots: kaas (streekproduct), molens, erfgoed, waternetwerk, oude meesters
	Hoog voorzieningenniveau (wat wil de consument in 2025, nieuwe publiekstrekkers)
	Zoneren: intensief op hotspots, extensief in de ruimte
	Landalpark(en) midden in het GH: traffic genereren
	Groot herkenningspunt: museum, hotel, kabelbaan
	Ontspanningstuin: grote en kleine attracties
	Samenwerking tussen thema's: kaas, bodem, molens
	Dagelijkse recreant weet GH te vinden en bereiken
	Miljoenste bezoeker van het laagste punt van Nederland
	Bestemming van allure: regionaal 6 miljoen stedelingen, nationaal, internationaal
	Bezoekers zijn lovend over het GH: centrum legt uit hoe polders klaar zijn voor komende eeuwen
	Gevonden op succesvolle site. Uplinken met grote trekkers als het Rijksmuseum voor vindbaarheid van GH attracties
	Fietsend, varend, wandelend en struikelend over bruine bordjes
	Zorg voor senioren: landgoed, rust, golf
	Zwaan kleef aan: wat is er veel te doen
	De recreant komt naar binnen
<i>Expert van NL mbt bodem en klimaat</i>	Topsector bodemdalingsmanagement
	De succesvolste regio in aanpassing op de klimaatverandering
	Bezoekers uit binnen- en buitenland zijn lovend over het GH: centrum legt uit hoe polders klaar zijn voor komende eeuwen
	Deltawerken: GH stabiel en klimaatbestendig
	Bestaande bouw: openbare ruimtes aangepakt zodat water/ bodem geen probleem is
	Bodemdeling biedt kansen voor nieuwe producten
	Het hele gebied is experimenteer ruimte
	Nieuwbouw (woningen en bedrijven): zelfvoorzienend (infra en energie)
	Bodemdeling onder controle
	In 2025 Energieneutraal door innovaties op het gebied van:
	▪ Mest ▪ Energieteelten ▪ Zonne & wind energie ▪ Warmte kassen / industrie ▪ Korte lijnen stad & platteland

<i>Regie</i>	1 regiepartij via netwerken en ondernemers
	Gebieden hebben zich natuurlijk verenigd en krachten gebundeld
	Nieuwe verdienmodellen
	Perspectief voor nieuwe toekomst
	Één GH: niet drie
	Samenwerking op regie strategische vraagstukken
	Samenwerking gebieden

Wie/ wat was hierbij doorslaggevend?

<i>Innovatie, kennisontwikkeling, experimenteren</i>	Innovatie en kennisontwikkeling
	Samenwerking van de 5 o's (ondernemers, overheid, onderwijs, onderzoek en omgeving) is tot stand gebracht.
	Economische verdienmodellen: toekomstbestendig, duurzaam, met behoud van kwaliteit. Food/ gezondheid/ leisure
	SG nodigt bedrijven uit om te experimenteren
	Ondernemers: key attractiviteit
	Groene cirkels: opschalen naar niveau GH
<i>Partijen bundelen krachten, ontwikkelen een lange termijn visie, organiseren regie, maken keuzes met draagvlak, organiseren uitvoering: klein beginnen en succes tonen</i>	De 5 o's van het GH hebben elkaar via de zesde o van ontmoeting gevonden en pakken alle kansen die zich voordoen op
	Beter samenwerking 3 provincies en 50 gemeenten
	Gezamenlijke omgevingsvisie
	Lange termijn integraal plan (2050)
	Vereniging van eigenaren
	Een aanspreekpunt: Burgemeester van het GH
	Boegbeeld
	Daadkracht
	Samenwerking noodzakelijk: nu geen vanzelfsprekendheid. Sociale cohesie versterken
	Onderwerpen in een keten verbinden
	Met bestuurlijke slagkracht op GH niveau: niet zonder randsteden, nooit meer topdown (flutland)
	1 regiepartij via netwerken en ondernemers
	Klein beginnen, successen tonen, gedragsverandering
	Echt uitvoeringsprogramma
	Gezamenlijk bidbook van onderaf
	Bidbook World Expo
	We hebben een manier om snel keuzes te maken
	Keuzes maken met draagvlak
	Keuze met oog op veengrond: helft van land durven opgeven/ wat blijft veenweide?/ andere teelten; alternatief grondgebruik/ moeras (circulair omgaan met veen)

Bijlage 2: deelnemerslijst

naam	functie
Adri Bom-Lemstra	Stuurgroeplid, gedeputeerde Provincie Zuid-Holland
Alexander Herrebout	Landschapsarchitect van bureau LINT
Alexander Otgaar	Onderzoeker bij Erasmus Universiteit
Andries Middag	Beleidsadviseur LTO Noord (Zuid-Holland)
Annelies Camping	Beleidsmedewerker Provincie Utrecht
Antoinet Velner	Directeur Kinderdagverblijf Woerden
Arie Verhaar	Programmamanager regio Midden-Holland
Bart Krol	Stuurgroeplid, gedeputeerde Provincie Utrecht
Bas Muilwijk	Eigenaar ICT bedrijf Pragmalogic, Woerden
Bernard de Jong	Hoogheemraad HDSR
Cees Kroon	Senior Projectmanager Kadaster Ruimte en Advies West Nederland
Chris Kalden	Stuurgroeplid, voorzitter Stichting Groene Hart
Chris Versteegh	Senior Technologist bij Heineken
Christiaan van der Kamp	Stuurgroeplid, burgemeester Bodegraven-Reeuwijk
Claudia de Kort	Programmamanager Strategische Eenheid bij Holland Rijnland
Corine van den Berg	Beleidsadviseur waterbeheer agrarisch gebied Waternet
Daan van der Hoorn	Ruimtelijke & Economische ontwikkeling gemeente Alphen aan den Rijn
Daniëlle van den Berg	Strategisch adviseur Groene Hart gemeente Alphen aan den Rijn
Dick Boogaard	Vice-voorzitter gebiedscommissie Utrecht West
Diederik den Houting	Student en inwoner, Woerden
Ed Breuren	Eigenaar Stadshotel Van Rossum, Woerden
Eric Luiten	Rijksadviseur Landschap
Frank Lenssinck	Directeur/innovatiemanager bij het Veenweiden Innovatie centrum
Frank van der Heijden	Van der Heijden Groep, Heijwaal Groep
Fred Booy	Mede-eigenaar van Fred Booy Boomkwekerij, Boskoop
Gemma Breedijk	Eigenaar streekwinkel Boer en Goed, Zoeterwoude
Han Weber	Oud-voorzitter stuurgroep, gedeputeerde Provincie Zuid-Holland
Hans Bor	Programma- en projectmanager, Provincie Zuid-Holland
Hilde Niezen	Voorzitter bestuurlijke tafel infra, voorzitter platform Slappe Bodem, wethouder Gouda
Irene van der Voort	Voorzitter van de Bond van Boerderijzuivelbereiders
Jaap Brouwer	Projectleider BRTN en Ruimtelijk adviseur bij Waterrecreatie Nederland
Rianne de Wit	Eigenaar Melkvee- en Kaasboerderij Schep, Bergambacht
Jaap Verkroost	Voorzitter Gebiedscommissie Utrecht-West
Jack Veldman	Directeur Archeon, Alphen aan den Rijn
Jan Helder	Voorzitter PAL en voorzitter Federatie Particulier Grondbezit
Jan Kromwijk	Eigenaar van Jachthaven en Restaurant Marnemoende, IJsselstein
Jan Oostdam	Procesmanager Hoogheemraadschap Schieland en de Krimpenerwaard

Jan Strijker	Beleidsmedewerker waterbeheer, veenweide bodemdaling, zoetwater NDP, verdroging N2000 bij Provincie Zuid-Holland
Jan van der Werf	Voorzitter Stichting Struinen en Vorsen
Jeroen Mekenkamp	Programmasecretaris-beleidsadviseur Ruimte at Regio Midden-Holland
Jeroen Uijtewaal	Medewerker Drieman Makelaardij, Woerden
John de Hoon	Directeur Avifauna, voorzitter Platform Recreatie en Toerisme
Karin van Beckhoven	Groene Hart Academie, Hogeschool Inholland Delft
Kees Captein	Mede-eigenaar Kaasboerderij Captein, Zoeterwoude, voorzitter Hollands Agrarisch Jongerencontact (HAJK)
Kees van Velzen	Stuurgroeplid, wethouder gemeente Alphen aan den Rijn, voorzitter bestuurlijke tafel
Ko Droogers	Regiomanager ANWB
Lennart Graaff	Partner en oprichter BLOC B.V.
Luuc Mur	Voorzitter Vechtplassencommissie en lid gebiedscommissie Utrecht West
Maïke van der Maat	Gebiedscoördinator Verbrede Landbouw Groene Uitweg bij ANV Vechtvallei en LTO-Noord afdeling Gooi, Vecht & Amstelsreek
Manita Koop	Managing director Randstad Waterbaan (Vereniging Regio Water)
Manouk Sloothaak	Gebiedsregisseur landelijk gebied Aarlanderveen
Marianne Paas	Dominee van de PKN in Woerden
Mariëtte Overboom	Projectleider BO MIRT Zuidelijke Randstad
Marijn Bos	Impulstrekker Metropoolaan Landschap bij Metropoolregio Amsterdam (MRA), beleidsadviseur Provincie Noord-Holland
Marjolein Friele	Coördinator water, bodem en gebruik bij Programmabureau Groene Hart
Marlies Feringa	Programmamanager / coördinator Ontwikkelen met Groene Hart Kwaliteit
Michelle Poort	Programmamanager at Veenweiden Innovatiecentrum Zegveld, coördinator LEADER Weidse Veenweiden
Michiel Houtzagers	Directeur Zuid-Hollands Landschap en bestuurder Landschap en Erfgoed Zuid-Holland
Mieke Span	Senior adviseur Landschap bij Gemeente Utrecht
Patrick de Rooij	Projectleider Rabobank
Paul Bleumink	Managing partner bij BUCK Consultants International
Paul Langeweg	Bestuurslid Vereniging Deltametropool
Peter van Steensel	Directeur programmabureau Groene Hart
Rijk van Ommeren	Directeur van Margrietschool Woerden
Rob Beukema	Inwoner Alphen aan den Rijn
Roelof Westerhof	Partner en senior adviseur duurzaam landgebruik bij Org-idee
Rolf Steenwinkel	Stuurgroeplid, lid van het Dagelijks Bestuur Amstel, Gooi en Vecht
Sharona de Klerk	Stagiair planologie LTO Noord, initiatiefneemster actiegroep 'Red polders Rhoon' en ontwerpster bij Floriane Tuinen
Sjaak Langeslag	Stuurgroeplid, Hoogheemraad bij Hoogheemraadschap van Rijnland
Sjoerd Veerman	Directeur Stichting Groene Hart, Programmamanager regio Alblasserwaard-Vijfheerenlanden
Theo Vogelzang	Senior Researcher bij Landbouw Economisch Instituut (LEI) - Wageningen UR
Tjeerd Talsma	Stuurgroeplid, gedeputeerd Provincie Noord-Holland

Tymon de Weger	Wethouder gemeente Woerden
Victor Dobbe	Algemeen secretaris en (programma)manager bij Zuidvleugelbureau
Victor Molkenboer	Burgemeester gemeente Woerden
Wietse Bruinsma	Strategisch adviseur gemeente Bodegraven-Reeuwijk
Wim van de Geijn	Eigenaar Innovatiepraktijk Wim van de Geijn
Yolanda Ledoux	Strategisch ontwikkelaar & programma manager Groene Hart Werkt!, gemeente Alphen aan den Rijn

Bijlage 3: leden Ontwerpgroep

Andries Middag - LTO

Daniëlle van de Berg - gemeente Alpen aan de Rijn

Hans Bor - Provincie Zuid-Holland

John de Hoon - Avifauna

Ko Droogers - ANWB

Marjolein Friele - Programmabureau Groene Hart

Michiel Houtzagers - Zuid Hollands Landschap

Victor Dobbe - Zuidvleugel

Suzanne Groenbos - Programmabureau Groene Hart

Begeleid door Eva van der Fluit (Alignment BV)

Bijlage 4: foto-impressie



Een foto-impressie van De Proeffabriek treft u [hier](#) aan.