

**RAUM:**

**RUIMTE**

**VOOR**

**VERBINDING**



## INHOUDSOPGAVE

<b>1. WIE ZIJN WE?</b>	<b>2</b>
<b>2. WAAR KOMEN WE VANDAAN?</b>	<b>3</b>
— 2017-2018: plein voor grensverleggende makers	<b>3</b>
— 2019-2021: stadslab voor een meer inclusieve stad	<b>3</b>
— 2022-nu: plein voor verbinding	<b>4</b>
— ontwikkeling nieuwbouw	<b>4</b>
<b>3. IMPACT</b>	<b>5</b>
— betekenis voor de wijk	<b>5</b>
— betekenis voor de stad	<b>6</b>
— betekenis voor het land	<b>6</b>
<b>4. ARTISTIEKE PROFIEL</b>	<b>6</b>
— publieke ruimte	<b>7</b>
— makers	<b>7</b>
— bewoners en leefwerelden	<b>8</b>
<b>5. PROGRAMMA 2025-2028</b>	<b>9</b>
— de sleutel uit handen geven	<b>9</b>
— publieke archetypes in co-creatie	<b>11</b>
— ontwerpend onderzoek met makers en focusgroepen	<b>12</b>
— best practices delen, ophalen en toepassen	<b>13</b>
— overzicht programma 2025	<b>15</b>
<b>6. MARKETING EN COMMUNICATIE</b>	<b>15</b>
— ontwikkeling van ons merk	<b>15</b>
— doelgroepen	<b>16</b>
— communicatie van het programma	<b>17</b>
<b>7. ORGANISATIE</b>	<b>18</b>
— team	<b>18</b>
— Governance Code Cultuur	<b>19</b>
— Fair Practice Code	<b>19</b>
— duurzaamheid	<b>19</b>
— ontwikkeling	<b>20</b>
— Code Diversiteit en Inclusie	<b>20</b>

## BIJLAGEN

- I. Financiële toelichting
- II. Een kijkje in de nieuwbouw

### 1. WIE ZIJN WE?

Wij zijn RAUM. Een stichting die al sinds 2017 ruimte maakt voor verbinding. Wij creëren de condities op Berlijnplein waardoor verschillende mensen en leefwerelden uit de stad elkaar kunnen ontmoeten. Met lef doorbreken wij de gebaande paden om samen te bouwen aan een omgeving die verbindt. Met een divers en creatief team creëren we een nieuwe blik op de publieke ruimten: een gemeenschappelijke plek van bewoners aan het plein en inwoners van de stad daaromheen.

Nederland is uitgegroeid tot een dynamische samenleving vol sociale en culturele diversiteit. Dit maakt samenleven in onze buurten en wijken soms uitdagend. Ook in een groeiende stad als Utrecht. Wanneer achtergronden en leefwerelden uiteenlopen, weten bewoners elkaar minder goed te vinden. Door nieuwe en terugkerende vormen van ontmoeting te creëren raken mensen op een ongedwongen manier vertrouwd met elkaar. Echte verbinding ontstaat door samen te maken, beleven én plezier te hebben. Mensen willen daarin gezien en gehoord worden voor wie ze zijn en tegelijkertijd deel uitmaken van een groter geheel. Niet alleen in de wereld in het groot, maar juist ook in de wereld voor onze voeten.

Met wat we doen, zetten we de noodzaak voor verbindende publieke ruimten op de agenda en geven makers en bewoners handvatten om daar zelf mee aan de slag te gaan. Vanuit ontwerpend onderzoek ontwikkelen we artistieke programma's en installaties op Berlijnplein. Zo maken we dit tot een plek waar verschillende mensen en leefwerelden welkom zijn en elkaar kunnen ontmoeten, passend bij (veranderende) behoeftes van bewoners zelf. We vieren samen het publieke karakter van onze ruimtes doordat mensen deze naar eigen inzicht kunnen inkleuren. Met onze maakkracht, faciliteiten en netwerk jagen we inspirerende projecten aan.

RAUM nodigt bewoners van de stad Utrecht – en van de wijk Leidsche Rijn in het bijzonder – uit op Berlijnplein.

Hier vinden zij een dwarsdoorsnede van de stad op lokaal niveau. Hier ontstaan verrassende en betekenisvolle ontmoetingen die RAUM tot huiskamer van de wijk maken. Zo worden mensen zich bewust van het belang van verbindende publieke ruimten voor de stad als geheel. Op Berlijnplein ontwikkelen we op basis van onze jarenlange ervaringen *best practices* die voor organisaties uit heel Nederland en daarbuiten een voorbeeld zijn. Samen ontworpen, gemaakt, geprogrammeerd en ervaren.

## 2. WAAR KOMEN WE VANDAAN?

RAUM ontwikkelt sinds haar oprichting in 2017 een tijdelijke locatie aan Berlijnplein in de buurt Leidsche Rijn Centrum in Utrecht. Deze buurt is nog volop in ontwikkeling als het sluitstuk van de (vinex)wijk Leidsche Rijn. Sinds 2017 hebben we hier een grote inhoudelijke en organisatorische groei doorgemaakt. Dit heeft geleid tot een innovatieve koers waar we de behoeften van bewoners voorop zetten in het maken van de plek en het programma.

### 2017-2018: PLEIN VOOR GRENSVERLEGGENDE MAKERS

De geschiedenis van RAUM begint wanneer de gemeente Utrecht in 2004 besluit een 'grote culturele trekker van formaat' te realiseren op Berlijnplein. Het moet een theater voor de wijk worden: een tweede Stadsschouwburg. Wanneer deze plannen stranden, ontstaan er nieuwe ideeën: van een game center tot een Rietveld Museum. In 2016 besluit de gemeente organisch toe te werken naar nieuwbouw van een cultureel centrum. 'Placemaking via programmering' en 'vorm volgt ambitie' zijn de uitgangspunten. Vijfentwintig belanghebbenden bedenken samen de richting voor een nieuwe culturele plek op Berlijnplein: een grensverleggend makersplein. Begin 2017 wordt RAUM opgericht om te experimenteren met programma's. Samen met de gemeente ontwikkelen we op het braakliggend terrein van 9.200 m<sup>2</sup> een tijdelijk buitenterrein met een (horeca) paviljoen en een Makershuis voor *artists in residence*. In twee jaar tijd creëren vijftien makers uit binnen- en buitenland nieuwe installaties voor dit plein. Denk aan de Urbanauts-toren van het Italiaanse architectencollectief Orizzontale en de

lichtinstallatie *Solid Cinema* van Studio Gosse de Kort. We presenteren programma's voor de wijk waaronder de markt Le Bazarre, het bouwfestival BAUPLAATS en een buurtcamping. In 2019 programmeren we Summerplay met bestaande installaties van makers uit binnen- en buitenland. We organiseren meemaakdiners en -evenementen voor zo'n 1.000 deelnemers waarbij we hun mening over het toekomstige programma ophalen. Onze bezoekersaantallen stijgen van 10.000 in het jaar 2017 naar 20.000 in 2018. We trekken ouders met kinderen uit de wijk, nieuwsgierige jonge stedelingen en cultuurliefhebbers die nieuwe ervaringen zoeken. Het is een mooie start. Tegelijkertijd is de visie op het programma erg breed en willen we graag een kwalitatief diepere laag van betekenis aanboren.

### 2019-2021: STADSLAB VOOR EEN MEER INCLUSIEVE STAD

Van 2019 tot en met 2021 maakt RAUM exposities rondom actuele thema's in de stad zoals eenzaamheid, de rol van data voor burgers, de woningcrisis en de rol van de publieke ruimte. Hiermee trekken we ook meer traditionele liefhebbers van kunst. We begeleiden makers in het doen van 'ontwerpend onderzoek', wat leidt tot zo'n tien nieuwe installaties waaronder *The Fire Dunes* van Studio Ossidiana en *Monàx* van kunstenaar Siba Sahabi. We organiseren buurtborrels en de talkshow *Hart van Leidsche Rijn*. Naar de Stadscamping, festival *Berliner Garten* ('Het beste van Berlijn in Leidsche Rijn') en het programma van onze buitenbioscoop *De Brommerbios* komen veel bewoners uit de wijk en cultuurliefhebbers uit de stad. In 2021 start onze moestuin *Common Ground Two* dat nog steeds wordt onderhouden door bewoners van het AZC en de wijk.

*“Ook niet alles kan er speels uitzien. Het werkt alleen in contrast met het normale. Dit is niet wat je standaard in een woonwijk tegenkomt.”*

*bezoeker Stadscamping RAUM 2020*

Onze bezoekersaantallen stijgen naar 40.000 in de jaren 2019 en 2020, en 45.000 in 2021. We krijgen landelijke aandacht voor onze expositie over eenzaamheid tijdens de coronapandemie. We vragen bewoners uit de wijk naar hun mening over de woningcrisis en vertalen die naar de expositie Huishonger met kunstenaars als Teun Castelein. We vinden dat het programma nog meer focus mag hebben en zoeken naar een maakproces waarin makers en bewoners zij-aan-zij werken aan nieuwe activiteiten en installaties.

## 2022-NU: PLEIN VOOR VERBINDING

Vanaf 2022 krijgt één thema onze prioriteit: de publieke ruimte. Ontmoetingen stimuleren tussen verschillende bewoners wordt ons uitgangspunt. SOUK wordt geboren: een festival met markt op basis van behoeften vanuit de Amazigh en de Arabische leefwereld in Utrecht. We ontwikkelen nieuwe installaties en activiteiten steeds meer vanuit de wensen en behoeften van bewoners zelf. Dit resulteert in de speelinstallatie Straatscherm van de ontwerpers van Kars + Boom in co-creatie met 150 kinderen uit de wijk, de Hang-out van architectenbureau Studio L A gemaakt met vijftien jongeren die ons plein gebruiken, en de kiosk en buurtuitleen Pleinotheek van ontwerpstudio La Bolleur op basis van de wensen van zo'n twintig omwonenden. Voor de Stadscamping van 2022 laten we ontwerpen maken als Soft Spot en SjoelSjoel. Soft Spot – van de Rotterdamse beeldmakers Opperclaes – stimuleert een ander gebruik van het plein doordat ouders en kinderen met sculpturale, grafische bouwblokken hun eigen speelplek kunnen realiseren. SjoelSjoel zijn avontuurlijke sjoelbakken in de buitenruimte ontworpen door Studio-Stam en beschilderd door vier Utrechtse ontwerpers in samenwerking met het Utrechtse Kapitaal. Beide installaties staan in 2022 op Dutch Design Week.

Onze rol als host op het terrein wordt in deze jaren steeds belangrijker. Het Fonds voor Cultuurparticipatie ondersteunt ons sinds 2023 voor een twee-tot vierjarig traject als Meemaakpodium: *“Podia ontwikkelen werkwijzen om de wensen, ideeën en dromen van de mensen uit hun omgeving te inventariseren en samen met hen vorm te geven”*<sup>1</sup>.

We geven met Powerhouse de sleutel tot ons Makershuis uit handen aan makers rondom ondergerepresenteerde (sub)culturen. Onder meer hennakunstenaar Hand of Fatima en de hiphop radioshow Utcast nemen hun intrek. Omwonenden van Berlijnplein brengen hun eigen activiteiten naar het plein: In Contact Bijzonder organiseert een speeldag voor kinderen met een beperking en de organisatie Letzpop presenteert met Bibliotheek Utrecht een K-pop festival. Steeds meer stadmakers uit binnen- en buitenland komen de plek bezoeken om inspiratie op te doen. Van architectenbureaus uit Hamburg en Londen, culturele organisaties als het Van Abbe Museum en Kunstmuseum M uit Almere, tot een bezoek van overheden uit onder meer Amsterdam, Den Haag en de Vlaamse overheid met Minister Dalle van Brussel.

Onze plek wordt in deze jaren door zo'n 75.000 bezoekers per jaar bezocht. RAUM heeft haar doel gevonden: van betekenis zijn voor meer verbindende publieke ruimten door een artistieke en inclusieve creatie van nieuwe programma's, ontwerpen en processen. De komende jaren gaan we ons hier verder in ontwikkelen.

## ONTWIKKELING NIEUWBOUW

Het programma van RAUM in de tijdelijke situatie geeft vorm aan de ontwikkeling van de nieuwbouw op Berlijnplein. Na de intrek van RAUM in 2017 op Berlijnplein zien al snel ook andere partijen de potentie van de plek. De ontwerpers van Goede Vrijdag, theatergezelschap het NUT, sociale organisatie de BuurtWerkKamer en stedelijk adviesbureau Jonge Honden gaan zich in de tijdelijkheid vestigen op het terrein als pleingenoten. DePlaatsmaker faciliteert deze ruimtes en committeert zich aan de ontwikkeling van 4.000 m<sup>2</sup> voor de nieuwbouw. Het Danshuis volgt (met dansgezelschappen 155, SHIFFT en IRC), expositieruimte voor jonge makers OP& sluit aan, Boks Jongerencultuurhuis Leidsche Rijn vindt zijn plek en freelancers op het gebied van design, beeldende kunst en organisatieadvies gaan er aan de slag. De gemeente werkt sinds 2018 samen met RAUM en DePlaatsmaker aan het plan voor de nieuwbouw. Het wordt een

<sup>1</sup> <https://cultuurparticipatie.nl/subsidie-aanvragen/57/vernieuwen-van-cultuurmaken-meemaakpodia>

'circulair cultuurcluster' waar "de plek, de partners en het publieksprogramma werken vanuit één centraal thema: de toekomst van de stad"<sup>2</sup>.

De nieuwbouw wordt in co-creatie met alle pleingenoten ontworpen. Het definitieve ontwerp is naar verwachting in 2024 gereed.

Het uitgangspunt voor het ontwerp van de nieuwbouw, en meer specifiek de ruimtes van RAUM, is de publieke ruimte. In de nieuwbouw zetten we ons eigen buitenplein in om mensen te verbinden aansluitend op het aangrenzende stadspark Plantsoen van Boedapest en de aangrenzende straat Valduzdijk. RAUM realiseert in de nieuwbouw ook binnenruimtes die als een plein zullen aanvoelen. Al onze ruimtes worden zo open en toegankelijk mogelijk ontworpen. De ruimtes zijn zo veel mogelijk gratis toegankelijk (of te gebruiken tegen lage kosten), toegankelijk voor mensen met een beperking en we zorgen ervoor dat een diversiteit aan mensen zich hier welkom voelt. RAUM beheert in de nieuwbouw een buiten- en binnenplein, een horeca- en welkomstruimte, een programma- en workshopruimte, en een Makershuis. Een specifiek overzicht van deze ruimtes met een sfeerimpressie is te vinden in Bijlage II.

Het nieuwe circulaire cultuurcluster wordt in 2027 in gebruik genomen en in 2025 en 2026 gebouwd. RAUM moet in 2025 en 2026 naar een nieuwe tijdelijke plek bij Berlijnplein. We zijn met de gemeente in gesprek voor een locatie 100 meter van Berlijnplein, waar het nog te bouwen Park Leeuwensteijn zal komen. In deze jaren werken we toe

naar het realiseren van een structureel jaarprogramma voor de nieuwbouw.

### 3. IMPACT

RAUM vergroot het pluriforme aanbod in de stad en draagt bij aan een meer inclusieve cultuursector. RAUM is al een voorbeeld voor (stad)makers in binnen- en buitenland op het gebied van *creatieve placemaking*. De komende vijf jaar willen we op de volgende manieren extra van betekenis zijn.

### BETEKENIS VOOR DE WIJK

Een diversiteit aan bewoners en organisaties uit de wijk Leidsche Rijn kunnen bij RAUM elkaar ontmoeten, activiteiten presenteren en hun ideeën ontwikkelen. Ze krijgen zeggenschap over de publieke ruimte en ervaren hier betekenisvolle ontmoetingen. Daardoor voelen zij zich meer verbonden met andere bewoners in de wijk wat de leefbaarheid vergroot. Bewoners creëren bij RAUM samen de identiteit van dit nieuwe stukje stad. Dit versterkt de gemeenschapszin en inclusiviteit tussen bewoners. Het programma van RAUM is ook nieuw en herkenbaar voor allerlei andere groepen in Utrecht. Steeds meer Utrechters weten hun weg naar Berlijnplein te vinden, waardoor Leidsche Rijn Centrum meer op de kaart komt te staan als tweede stadshart van Utrecht. We werken samen met sociale organisaties als Buurtwerkkamer, culturele organisaties als Boks Jongerencultuurhuis Leidsche Rijn, de bibliotheek en de ontwerpers van Kars+Boom.

2 Ontwikkelplan Circulair Cultuurcluster Berlijnplein, Gemeente Utrecht, 2021



Foto — Jelmer de Haas



Impressie Voorlopig Ontwerp december 2023. Dit is een concept.

## BETEKENIS VOOR DE STAD

De installaties en activiteiten van RAUM geven een nieuwe blik op medebewoners van de stad en de rol van publieke ruimten als plekken van verbinding. Bij RAUM spelen we continu in op de (veranderende) behoeften van de bewoners zelf, waardoor kunst en cultuur optimaal vorm geven aan de toekomst van de veranderende stad. We geven extra aandacht aan makers en kleine (culturele) organisaties die groepen vertegenwoordigen die hun leefwereld niet vanzelfsprekend terugzien in de samenleving. Zij kunnen hier hun talent verder ontwikkelen, en (nieuw) cultureel aanbod presenteren voor de publieke ruimte. Omdat mensen veel samenwerken, nieuwe ervaringen beleven en plezier hebben, zien ze dat ze niet zoveel van elkaar verschillen. In tijden waarin polarisatie sterker lijkt te worden, is er behoefte aan een cultureel klimaat waarin verschillende groepen zich thuis voelen. We werken hiervoor zowel samen met grote instellingen als de HKU, kleine culturele organisaties als Atay Atelier, teams binnen de gemeente als de sociale architecten, de Provincie Utrecht op het gebied van *Common based*-cultuurbeleid en organisaties als Aorta op het gebied van architectuur. We werken ook al veel samen met diverse organisaties vanuit queer communities en gaan dit komende jaren verder uitbouwen. RAUM levert met haar programma een bijdrage aan een meer pluriform en inclusief cultureel aanbod in Utrecht.

## BETEKENIS VOOR HET LAND

Met stadmakers uit binnen- en buitenland zetten we het belang van verbindende publieke ruimte meer op de lokale en nationale agenda. Culturele organisaties, gemeenten, architectenbureaus en platforms uit binnen- en buitenland zien RAUM nu al als voorbeeld. Ze doen hier *best practices* op: hoe een plek verwelkomend en inspirerend kan zijn, hoe een installatie als de Pleinotheek gerund wordt door buurtbewoners, en hoe verschillende mensen elkaar door nieuwe ogen zien bij een activiteit als SOUK Utrecht. RAUM deelt de *best practices* via haar website, social media kanalen en met gastcolleges en presentaties in binnen- en buitenland. Met (inter)nationale stadmakers wisselen we onderling

kennis uit – in onder meer podcasts, een magazine en een conferentie – om het vakgebied van *creative placemaking* verder te ontwikkelen en de noodzaak van verbindende publieke ruimten onder de aandacht te brengen. We werken samen met mensen als Dymphie Braun (voorzitter jury Dutch Design Awards 2023), organisaties als Pop-Up City en internationale platforms als Placemaking Europe. In de komende Cultuurnotaperiode komt RAUM meerdere keren met aansprekende projecten in de stedelijke of (inter)nationale media.

## 4. ARTISTIEK PROFIEL

RAUM ontwikkelt een culturele instelling en haar programma op basis van *creative placemaking*. We zetten kunst en cultuur in om met bewoners hun directe sociale en fysieke omgeving te verbeteren, met focus op de publieke ruimte. Samen creëren we op Berlijnplein een omgeving die relevant is omdat deze aansluit op hun leefwereld én die hen verbindt met anderen in de omgeving. Dit is wat *creative placemaking* is. “*Creative placemaking integrates arts, culture, and design activities into efforts that strengthen communities*”<sup>3</sup>.

Om tot daadwerkelijke verbinding te komen, experimenteren we met nieuwe vormen van programma en ontwerp die co-creatief en artistiek zijn. Hiervoor geven we ruimte aan een verscheidenheid van ideeën die passen in de visie van RAUM. Het leidt tot een continue creatieve cyclus tussen bewoners, makers en RAUM om samen nieuwe cultuurvormen te presenteren. Dit vraagt om lef en innovatie: in processen, programma en ontwerp.

Echte co-creatie vindt alleen plaats wanneer iedereen vanuit elke achtergrond gelijkwaardig mee kan doen. We hebben goede ervaringen met het toepassen van zogenaamde *placegames*: workshops waarin gebruikers zelf bepalen wat een plek nodig heeft. Met deze workshops halen we behoeftes op bij gebruikers van het plein voor installaties in de publieke ruimte. Dit resulteerde al in ontwerpen als het Straatscherm en de Hang-out.

<sup>3</sup> <https://www.arts.gov/impact/creative-placemaking>

Tijdens de meemaakdiners gaan we het gesprek aan over wensen en ideeën voor het programma. Om bewoners meer gelijkwaardig zeggenschap te geven, zijn we verder aan het experimenteren met verschillende vormen van co-creatie. Zo willen we werken met een ‘burgerraad’ en meer (digitale) handvatten geven aan makers om samen met bewoners ontwerpen te creëren.

### **PUBLIEKE RUIMTE**

Niet alleen publieke buiten- maar ook (semi) publieke binnenruimten zijn essentieel voor de kwaliteit van leven in de stad: als individu en met elkaar. Pleinen, parken en straten zijn de podia en ontmoetingsplekken van de stad. Hier maken allerlei verschillende mensen uit de stad gebruik van en worden ze geconfronteerd met andere leefwerelden. Een belang dat alleen maar toeneemt nu mensen zich steeds meer in hun eigen (digitale) wereld begeven. De potentie van de publieke ruimte om verschillende mensen te verbinden, wordt echter vaak onvoldoende benut: ze worden vooral ingericht om confrontaties te voorkomen. Het leidt onder meer tot statisch en beheersmatig vormgeven pleinen die onvoldoende ontworpen en geprogrammeerd zijn vanuit een verscheidenheid aan gebruikers. Dit geldt niet alleen voor publieke buitenruimte, maar ook voor binnenruimtes waarvan je zou willen dat die ‘publiek’ zijn: open voor allerlei mensen om gebruik van te maken. Een plek waar je mag verblijven zonder consumptie-verplichting, bezoek aan een voorstelling of om iets administratiefs te regelen. Denk aan stations, cultuurgebouwen en stadskantoren.

RAUM werkt aan het programmeren en ontwerpen voor verbinding in publieke buiten- en binnenruimten. We geven hiervoor de ruimte aan bewoners en makers op Berlijnplein om deze te programmeren en in te richten op basis van de behoeften van gebruikers zelf. Met deze programma's verbeelden we de toekomst van publieke ruimten in een continu veranderende stad en leveren we een bijdrage aan een meer pluriform cultureel aanbod in Utrecht. We maken onze eigen (semi) publieke binnen- en buitenruimtes daarvoor zo open mogelijk en toegankelijk voor iedereen. We richten ons met makers op wat ons als mensen bindt, en niet op wat onze verschillen zijn.

### **MAKERS**

We hebben makers en hun creatieve maakkracht nodig om tot nieuwe vormen van verbinding te komen. Juist zij kunnen innovatieve verbanden

leggen tussen de rol die kunst en cultuur kan spelen en sociale vraagstukken als inclusie, én verbeelden hoe dit vorm kan krijgen in een publieke ruimte. Het zijn veelal makers uit ontwerpgerelateerde disciplines. Binnen dit werkveld is een enorme ontwikkeling gaande waarin ontwerp, architectuur en kunst soms nog nauwelijks van elkaar te onderscheiden zijn, en een domeinoverstijgende aanpak steeds vanzelfsprekender is. Voor ons zijn hierin in eerste instantie *social* en *spatial* designers interessant. Zij werken naast het culturele domein ook in het sociale domein en gebiedsontwikkeling. RAUM is een plek die hen ontwikkelruimte geeft. Hier zien zij het (structurele) effect dat hun werk op het verbinden van verschillende mensen in de stad kan hebben.

De kern van de artistieke kwaliteit van makers ligt wat RAUM betreft bij de mate waarin het publiek zich echt verbonden voelt met het werk van deze makers, en het werk hen een nieuwe blik geeft op andere bewoners in de stad, en de potentie van publieke ruimten voor verbinding. Mensen zullen zich in artistiek werk herkennen wanneer dit een zeggingskracht en relevantie heeft die aansluit bij hun leefwereld en het werk hen raakt. In onze ervaring lukt dit alleen wanneer een werk een esthetische kwaliteit heeft en tegelijkertijd tot stand is gekomen op basis van de behoeften van - en met - bewoners zelf. Bij ons is het proces om tot een werk te komen dan ook net zo belangrijk als het artistieke eindproduct. Daarbij is het essentieel dat het werk oorspronkelijk is, en dat het naast herkenning iets nieuws teweegbrengt: een ander soort gebruik van een plek of een nieuwe blik op medebewoners. RAUM wil dat makers mensen stimuleren nieuwe ervaringen op te doen en zich open te stellen om nieuwe mensen te ontmoeten.

We geven ruimte aan makers uit allerlei disciplines en met een diversiteit aan achtergronden. Hun werk verbeeldt de verhalen van bewoners en komt juist in de publieke ruimte goed tot hun recht. Muzikanten, dansers en *spoken word* artiesten staan op het podium tijdens openingen en evenementen, filmmakers in onze Brommerbios en beeldend kunstenaars in expositie rondom onze Pleinotheek en ontwerpende onderzoeken. De komende jaren gaan we ook ruimte maken voor (*interactieve*) *performance design* en mediamakers die de verbinding zoeken tussen fysieke en virtuele werelden met technieken als Augmented reality (AR) en Mixed reality (MR).

De makers waar we mee werken zijn zowel jong als gevestigd, veelal uit Utrecht maar ook daarbuiten, met en zonder kunstopleiding. We werken veel samen met (makers van) kleinere culturele organisaties die een bepaalde groep in de stad vertegenwoordigen. Zo verbinden we ook via makers allerlei leefwerelden en doelgroepen.

## BEWONERS EN LEEFWERELDEN

Inclusief werken is inherent aan het bereiken van onze missie. Wij werken daarin 'kleurenbewust'. We erkennen dat ieder individu anders is en een diversiteit aan identiteiten in zich draagt: van culturele achtergrond, gender, beperkingen, seksuele oriëntatie, religie, sociaaleconomische status tot opleidingsniveau en leeftijd. Bij RAUM willen we dat een zeer grote diversiteit aan mensen, identiteiten en leefwerelden zich in de basis welkom voelt: dat ze hier gezien en gehoord worden. Meerstemmigheid is daarom het uitgangspunt voor het samenstellen van ons team, de programmering van onze activiteiten, de partners waar we mee werken en de manier waarop we communiceren. Om verschillende identiteiten daarin gelijke ruimte te geven, werken we bij RAUM soms juist ongelijkwaardig: we trekken sommige mensen en groepen voor om gelijkwaardigheid te creëren. Want ook in Utrecht zijn er bewoners, culturele organisaties en makers wiens identiteiten en leefwerelden niet vanzelfsprekend terug te zien zijn op de werkvloer, in de kunst- en cultuurwereld of in de samenleving als geheel. Een aantal van deze groepen bewoners en culturele organisaties voelt zich bij RAUM al welkom. De komende jaren gaan we ons verder ontwikkelen als plek waarvan diverse mensen en leefwerelden zich volwaardig onderdeel voelen, doordat zij er zelf invulling aan kunnen geven. Bij ons kunnen ze hun creatieve vermogen vergroten om zelf culturele programma's te presenteren. Tegelijkertijd brengen zij nieuwe cultuurvormen naar RAUM en leren wij wat hun behoeften zijn. Het is een laagdrempelige manier om een zeer divers publiek te verwelkomen. Bovendien brengen we zo niet alleen mensen met elkaar in contact, maar ook met een diversiteit aan kunstvormen.

RAUM heeft de komende jaren extra oog voor een aantal groepen bewoners uit onze directe omgeving. We betrekken hen bij de vormgeving van de plek en het programma. Zij representeren een grotere groep bewoners in de stad met verschillende identiteiten die vaak ondergerepresenteerd zijn. Met ruimte, tijd en financiering zorgen we ervoor dat hun leefwereld vertegenwoordigd is bij RAUM. We gaan met hen een burgerraad opzetten om meer zeggenschap te geven over activiteiten. In deze burgerraad ervaren we samen de onderlingen verschillen maar juist ook onze overeenkomsten. Dit doen we met de volgende focusgroepen:

- Senioren (60+) die direct aan Berlijnplein wonen. In de appartementen om RAUM heen wonen namelijk veel ouderen en nieuwe appartementen voor een oudere doelgroep zijn in aanbouw;
- Nederlanders met een Marokkaanse migratieachtergrond. Zij vertegenwoordigen een groot deel van de populatie in de buurten om ons heen. Dit zijn vooral jonge gezinnen met kinderen;
- Kinderen met een beperking uit de wijk Leidsche Rijn. Hier werken we de afgelopen jaren al mee samen en dit willen we uitbouwen. Dit doen we onder andere in samenwerking met In contact Bijzonder: een organisatie van ouders van zorgintensieve kinderen in de wijk Leidsche Rijn;
- We onderzoeken de komende jaren voor welke focusgroep in onze omgeving we daarnaast extra oog moeten hebben. We hebben daarbij al speciale aandacht voor mensen die zich als queer identificeren, waar we veel mee samenwerken.



## 5. PROGRAMMA 2025-2028

In 2025 en 2026 ontwikkelen we onze bestaande concepten verder, voegen we nieuwe programma's toe en werken zo toe naar een doorlopend jaarprogramma in de nieuwbouw. Daar kunnen we ook programma's in onze binnenruimtes presenteren. We hebben ervoor gekozen om vooral programma's te realiseren die voortkomen uit behoeftes van onze doelgroepen of waar veel van onze focusgroepen zich in kunnen herkennen. Dit is de reden waarom we er op dit moment voor kiezen om bijvoorbeeld geen Stadscamping meer te organiseren.

Succesvolle concepten als SOUK Utrecht, De Brommerbios, Powerhouse en de conferentie Onze Stad Ons Canvas en programma's als de Pleinotheek, Publiek Canvas en Winterfair bouwen we verder uit. In 2024 starten we met de Spielerij, Wandelclub voor Stadlezers en de podcast Algoritme van de Stad. Daarnaast creëren we met makers en bewoners vanuit ontwerpend onderzoek meerdere nieuwe activiteiten en installaties voor de nieuwbouw. We werken hierin vanuit vier vormen van participatie: zelf laten organiseren, co-creëren, meebeslissen en de dialoog aangaan. Het leidt tot de volgende programma's op en rond Berlijnplein en bij partners in de stad Utrecht:

- I. activiteiten waarvoor we de sleutel tot RAUM uit handen geven aan bewoners, kleine (culturele) organisaties uit wijk en stad en onderge-representeerde Utrechtse makers;
- II. activiteiten op basis van archetypes (herkenbare vormen) in de publieke ruimten. We werken in nauwe co-creatie met kleine en grote culturele organisaties in de stad;
- III. ontwerpend onderzoek door makers voor nieuwe activiteiten en installaties op basis van behoeftes van onze focusgroepen. Zij beslissen mee over het ontwerp;
- IV. best practices delen, ophalen en toepassen in dialoog met stadmakers uit binnen- en buitenland.

### DE SLEUTEL UIT HANDEN GEVEN

Bewoners en makers kunnen zelf activiteiten organiseren en cultuur ontwikkelen op Berlijnplein. We geven onze focusgroepen extra ruimte, aandacht en middelen om zich de plek toe te eigenen. We organiseren met alle (potentiële) betrokkenen minimaal twee keer per jaar een inspiratieavond. We geven inspiratie over wat er mogelijk is op het plein, laten zien hoe we hen kunnen ondersteunen, zorgen dat mensen elkaar leren kennen en luisteren naar hun behoeftes. We geven in de volgende programma-onderdelen de sleutel uit handen.

### PUBLIEK CANVAS

Met Publiek Canvas faciliteren we activiteiten die gratis toegankelijk zijn, in de basis zelfvoorzienend en voor een breder publiek verwelkomend dan alleen de eigen achterban. Vooral kleine (culturele) organisaties uit de wijk presenteren hun activiteiten. Zij willen net als RAUM verschillende leefwerelden verbinden, ook als hun activiteit in de basis voor een bepaalde doelgroep georganiseerd wordt. Ze kunnen onze (buiten)ruimte gebruiken en we ondersteunen hen met onze kennis. We kunnen zo'n twintig terugkerende activiteiten per jaar een startbudget geven: van festivals tot kleine bijeenkomsten. We zetten ons in om te zorgen dat onze focusgroepen hier in ieder geval gebruik van maken. We gaan bij voorkeur structurele samenwerkingen aan die zorgen voor terugkerende activiteiten. Bewoners hebben al aangegeven Arabische lessen, een vintage (Arabische) markt, een jaarlijks K-pop festival en jaarlijks Caribbean Festival te willen organiseren. In gesprek met partijen als de Bibliotheek Utrecht, Beton-T en Awesome Utrecht kijken we hoe we met elkaar meer plek kunnen geven aan ideeën van bewoners in de stad. Met onze pleingenoten hebben we in dit kader het programma Lift ontwikkeld voor Berlijnplein: pitchavond voor Utrechtse stadmakers. Het doel is dat vanaf 2028 een derde van ons programma door bewoners en (kleine) culturele organisaties zelf georganiseerd wordt. Een voorbeeld hiervan is het evenement Vuur van Sint Maarten dat al sinds 2018 bij ons plaatsvindt.

*“Wat goed dat RAUM de sleutel uit handen geeft. Witruimte moet elke keer heruitgevonden worden. Het is dus nooit af. Het is even dynamisch als de buurt.”*

*Eva Baerdemaeckers, raadgever Benjamin Dalle (Vlaams minister bevoegd voor Brussel, Media en Jeugd)*

### PLEINOTHEEK

Met de Pleinotheek voegen we meerdere archetypische vormen toe die het plein adaptiever maken en de hostfunctie van RAUM op het plein vergroten. De Pleinotheek is een kiosk, buurtuitleen, vendingmachine en minibieb ineen van zo'n 20 m<sup>2</sup>, ontworpen door La Bolleur. De installatie is een uitnodiging om het plein continu te gebruiken en te vieren. Bewoners en buurtorganisaties nemen eigenaarschap van de Pleinotheek door de kiosk en uitleenservice zelf te bemensen. Gebruikers van het plein bepalen zelf welke bijzondere en alledaagse items de Pleinotheek aanbiedt, waarmee ze het plein naar eigen inzicht kunnen gebruiken. Denk aan hangmatten vormgegeven door de makers van Kapitaal uit Utrecht, spelletjes gedoneerd door de buurt en boeken over de stad in samenwerking met de bibliotheek. Het Utrechtse ontwerpbureau FAAM ontwikkelt elk jaar

in co-creatie met bewoners prototypes voor nieuwe items voor het gebruik op het plein. Met maandelijks Pleinotakeovers laten makers van kleine culturele organisaties uit Utrecht zien wat hen beweegt door producten, boeken en kunst aan de collectie toe te voegen en activiteiten te organiseren. We gaan hiervoor werken met voor ons bekende partners als zorgcommunity Garden of Queerdom, de community rond SOUK Utrecht en de Voorkamer: ontmoetingsplek voor nieuwkomers en locals in Utrecht. Zo wordt het aanbod continu aangepast op nieuwe behoeften. In 2025 is de Pleinotheek tenminste drie dagen in de week open, en bemenst door vrijwilligers. We leren hoe we de Pleinotheek tijdens de nieuwbouw optimaal kunnen inzetten als plek om creatief vermogen te stimuleren.

*“Hiermee kan ik een soort droom uitvoeren, waarvan ik niet eens wist dat ik die had.”*

*Seije Kop Jansen (buurtbewoner) betrokken bij Pleinotheek*

### POWERHOUSE

In Powerhouse geven we jaarlijks twee tot drie makers de mogelijkheid zich te ontwikkelen en nieuwe vormen van programma te presenteren. Zij maken al werk voor een van onze focusgroepen of kunnen een nieuwe groep betrekken bij RAUM. Door wat deze makers doen ervaren mensen de publieke ruimte op een andere manier. Denk aan de makers van Utcast die niet alleen hun radioshow bij ons ontwikkelden en opnamen, maar ook activiteiten op het plein organiseerden. Bij RAUM krijgen de makers zes maanden tot een jaar een ruimte, financiële ondersteuning en begeleiding om hun werk naar een hoger plan te trekken en nieuw publiek te bereiken. We bepalen drie tot zes maanden voor de start van elk jaar welke makers het meest interessant zijn om aan Powerhouse mee te doen.

*“De middelen van RAUM hebben onze ideeën in de vijfde versnelling gezet.”*

*UTCAST (Powerhouse)*

Foto — RAUM



## PUBLIEKE ARCHETYPES IN CO-CREATIE

We kiezen voor bestaande archetypes in de publieke ruimte als basis voor programma's. Het zijn herkenbare, soms eeuwenoude, vormen als de markt, de kiosk, de speeltuin en de buitenbioscoop. Juist deze herkenbaarheid biedt kansen om verschillende publieken te mixen. We experimenteren hierin met nieuwe vormen en samenwerkingen om de potentie voor verbinding en verrassing, die deze archetypes bieden, verder te vergroten. Het leidt tot nieuwe invullingen van bestaande archetypes die we als *legacy* naar het komende decennium willen meenemen. We werken hiervoor in co-creatie met een diversiteit aan partners uit de stad om verschillende kunstvormen, leefwerelden en makers samen te brengen. We hebben de afgelopen jaren al programma's gecreëerd die leidde tot activiteiten en installaties als SOUK Utrecht, de Pleinotheek, SjoelSjoel, Soft Spot en de Brommerbios. In 2025 en 2026 ontwikkelen we deze concepten verder en voegen we een nieuwe toe: Spelerij. Voor het toekomstige cultuurcluster werken we aan de invulling van archetypes zoals een fontein of een muziekkoepeel, samen met de ontwerpers van de nieuwbouw en onze pleingenoten.

*“Het helpt dat ik niet voorbereid hoef te komen, niks hoef mee te nemen, dat de ruimte het al biedt.”*

bezoeker RAUM

### SOUK UTRECHT

SOUK Utrecht is hét jaarlijkse festival ter viering van de hedendaagse Arabische en Amazigh cultuur in Utrecht. Via kunst, design, muziek en eten maken bezoekers kennis met authentieke en hedendaagse tradities en gewoontes uit de Arabische cultuur. Ontmoeting tussen verschillende culturen is de rode draad: vele inwoners van de stad hebben te maken met meerdere culturen waar ze zich toe moeten verhouden. SOUK Utrecht laat zien hoe mooi het kan zijn als je meerdere werelden leert begrijpen en er het beste uithaalt. Sinds 2022 werken we hierin samen met partijen als het Goudhaantje,

Fesination, Dabke Night, Atay Atelier, Fatima Oulad Thami, de Vrijstaat en Boks Jongerencultuurhuis Leidsche Rijn. We zijn met TivoliVredenburg in gesprek om samen te gaan werken voor het muziekprogramma.

*“Een georganiseerde chaos waarin je je kunt laten inspireren door het talent en de ambacht vanuit de Arabische en Amazigh cultuur in Utrecht.”*

SOUK community, tijdens evaluatie januari 2024



Foto — Mariska Kerpel

### ZOMER- EN WINTERFAIR

De Zomer- en Winterfair zijn een combinatie van de archetypes van een braderie, een jaarmarkt en de kermis. Hier laten ambachtslieden uit de stad, en in het bijzonder uit Leidsche Rijn, hun waren zien. Het concept is gestart vanuit de kennis en het netwerk van onze pleingenoot de BuurtWerkKamer. Onder het motto *“iedereen kan iets wat een ander niet kan”*<sup>4</sup> zetten zij kwetsbare buurtbewoners in hun kracht. Horecapartner Venster biedt mensen met een kleinere portemonnee koek- en picknicks in de wintermaanden en picknicks in de zomer. Er zijn kraampjes van lokale ondernemers, er is live muziek en er zijn workshops voor de kleintjes in samenwerking met pleingenoten als Goede Vrijdag. Ook vrijwilligers achter onze moestuin Common Ground Two bieden hier hun producten aan. Attracties als de carrousel geven we,

<sup>4</sup> [www.buurtwerkkamer.nl](http://www.buurtwerkkamer.nl)

samen met makers, een nieuw jasje. We denken hiervoor aan samenwerking met De Koude Kermis: *“verschillende kermisattracties worden steeds verbonden aan de verhalen van morgen [...] Een project waarin volkscultuur verbonden wordt aan erfgoed, kunsten en technologie.”*<sup>5</sup>

### **SPIELERIJ**

Spielerij is de meergeneratiespeeltuin voor de wijk, want spelen geeft plezier en is een fijne manier om je met elkaar te verbinden en niet alleen voor kinderen. Spelletjes komen uit de buurtuitleen van de Pleinotheek. Bezoekers kunnen tijdens Spielerij ook spelen met onze installaties SjoelSjoel en Soft Spot. Deze speelobjecten vullen we aan met prototypes die ontwikkeld zijn voor en door de doelgroepen. Dit kan een knuffelparachutemachine zijn waarmee kinderen hun knuffel kunnen laten parachutespringen. Leuk voor kinderen om mee te spelen en leuk om te zien. Zo krijgt de Spielerij steeds meer speelobjecten die aansluiten bij de behoeften van meerdere generaties. Bewoners organiseren zelf hun pingpong, jeu-de-boule, *chessboxing* en schaaktoernooien. In de voorjaars- en zomermaanden van 2025 en 2026 kunnen jong en oud elke zondag al spelen. Vanaf 2027 willen we elke maand van het jaar zondags een Spielerij organiseren met partners.

### **DE BROMMERBIOS**

Tijdens de Brommerbios laten we met partners films zien die verschillende leefwerelden in de stad vertegenwoordigen, aangevuld met gesprek en een activiteit. De invulling hiervan doen we met bestaande samenwerkingspartners als het Nederlands Film Festival, de Surinaamse culturele organisatie Tori Oso en zwerfbioscoop Opgedooft. We geven ook invulling aan de Brommerbios met de culturele organisaties die de Pleinotake-overs doen. In de zomermaanden van 2025 en 2026 presenteren we elke zaterdag een programma. We werken met partners toe naar een wekelijkse vertoning van films vanuit verschillende leefwerelden vanaf 2028.

<sup>5</sup> <https://dropstuff.nl/project/de-koude-kermis/>

### **ONTWERPEND ONDERZOEK MET MAKERS EN FOCUSGROEPEN**

Bij RAUM ontwikkelen we de komende jaren tenminste vier nieuwe installaties en activiteiten vanuit een intensief ontwerpproces tussen makers en bewoners. Deze zullen een structureel onderdeel worden van de nieuwbouw en het toekomstig programma. Tijdens de verschillende stappen in deze artistiek ontwerpende onderzoeken zijn de bewoners zelf aan zet. Daarmee daagt RAUM makers, bewoners en zichzelf uit om de gebruikelijke rolverdeling los te laten. Zo geven bewoners zelf vorm aan nieuwe ontwerpen die passen bij de veranderende stad.

Elk jaar staan de behoeften van één van onze focusgroepen voorop. Het zorgt ervoor dat we in vier jaar tijd deze groepen goed leren kennen. Hiermee creëren we tenminste vier nieuwe activiteiten of installaties die voor meer verbinding zorgen op Berlijnplein. In 2025 staan de drempels centraal die kinderen met en zonder beperking in de wijk ervaren om samen te spelen. In 2026 werken we aan een nieuwe installatie of activiteit met Nederlanders met een Marokkaanse migratieachtergrond uit onze omliggende buurten. 2027 staat in het teken van de senioren in onze directe omgeving. Tijdens de samenwerking met organisaties die niet tot onze focusgroepen behoren in programma's als Publiek Canvas en de Pleinotheek, onderzoeken we welke focusgroep centraal zal komen te staan in 2028.

### **HET ONTWERPPROCES**

Het ontwerpproces omvat een periode van één tot anderhalf jaar en is verdeeld in drie fases. We starten met kwalitatief onderzoek om de focusgroep beter te leren kennen. Welke ruimtelijke condities of sociale thema's ziet de doelgroep als obstakel om zich welkom en gezien te voelen? Denk aan fysieke drempels bij kinderen met een beperking of eenzaamheid onder ouderen. Met studenten van de Universiteit Utrecht bij de opleidingen *Urban Geography* of *Media and Culture Studies* gaan we dieper in op deze bredere thematiek. Aan het kwalitatieve onderzoek koppelen we ook beeldmakers als documentairefotograaf Romi Tweebeeke in partnerschap met het Utrechtse FOTODOK. De uitkomsten van het onderzoek worden vertaald naar een

publieksprogramma. Bijvoorbeeld een fotografie-expositie, publieke gesprekken en een presentatie door de studenten.

In de tweede fase ontwikkelen en testen makers en focusgroepen prototypes die ze gemaakt hebben op basis van het kwalitatieve onderzoek. Voor deze fase nodigen we ofwel een *spatial of social designer* uit die al eerder werkte met de beoogde doelgroep, of we stellen een aantal makers voor aan de focusgroep. We gaan hiervoor onder meer een oproep uitzetten onder alumni van de HKU. In deze fase zullen we ook studenten vragen met hun ideeën te komen voor prototypes voor de doelgroep, bijvoorbeeld studenten van de opleiding Creative Transformation aan de HKU. Zo krijgen zij de kans zich te ontwikkelen, zien wij wat deze nieuwe generatie makers brengt en kunnen we talent ontdekken.

In de derde fase, wordt het prototype aangepast naar een definitief ontwerp dat de maker en de focusgroep samen presenteren op Berlijnplein. Overigens is een ontwerp voor ons nooit af: het wordt continu getest door de gebruikers en indien nodig verder aangepast door de maker. Met partijen als CASCO: *Art Institute Working for the Commons* gaan we in gesprek over hoe we het ontwerpend onderzoek breder in de stad te laten landen. Definitieve samenwerkingspartners zijn afhankelijk van de focusgroep, thema's en makers.

*“De kracht van RAUM ligt vooral in het openlijk verkennen van verschillende invalshoeken.”*

*Joop de Boer (Pop-Up City)*

#### **2025: 'DREMPELS' MET KARS + BOOM**

De ontwerpers van Kars + Boom gaan in 2025 met kinderen met en zonder een beperking een installatie maken waarin ze samen kunnen spelen. Kars + Boom is een ontwerpstudio uit Leidsche Rijn die is gespecialiseerd in het ontwerp van *'playful products,*

*objects, installations and prints*<sup>6</sup>. De realisatie van het Straatscherm bij RAUM was een succesvol co-creatief ontwerpproces dat ook zijn uitdagingen kende. Zo voelden de kinderen zichzelf ontwerper van deze installatie, maar was het lastig volledige inclusie te bereiken voor kinderen met een beperking. Kars + Boom gaat hier de komende jaren verder onderzoeken naar doen in de wijk. Waar komen kinderen met en zonder beperking samen om te spelen? Welk ontwerp is hiervoor nodig, en vooral, welk ontwerpproces? Een beeldmaker legt de leefwereld van een aantal betrokken kinderen vast. Eind 2024 en begin 2025 worden de prototypes bij RAUM getest met *“ontwerpen die ontmoeting tussen kinderen met en zonder een beperking bevorderen in de publieke ruimte”*<sup>7</sup>. Op basis hiervan gaat RAUM een vervolgvraag aan Kars + Boom stellen voor een permanente installatie met en voor kinderen op Berlijnplein.

#### **BEST PRACTICES DELEN, OPHALEN EN TOEPASSEN**

RAUM ontwikkelt zich door te blijven experimenteren, kennis te delen met anderen en te leren van *best practices* in binnen- en buitenland. Hiervoor werken we samen met stadmakers vanuit het culturele, sociale en stedelijke domein: *“Zij willen zich inzetten voor een meer gelijkwaardige, leefbare, gelukkige en mooiere buurt, gemeente of stad.”*<sup>8</sup> Zo gaan we met Aorta jaarlijks een programma presenteren op de Dag van de Architectuur om de betekenis van *creative placemaking* te laten zien. Met een internationaal bureau als Non Architecture Studio leren we meer over de inzet van digitale hulpmiddelen bij het co-creatief ontwerpen van een plek, door samen op te trekken in het project (A)Imagine. In onderstaande programma's delen we kennis met stadmakers op een transparante manier en zetten we samen met hen het belang van verbindende publieke ruimten verder op de agenda. We hebben hierin speciale aandacht voor (beleids)regels die de juiste condities creëren voor een stad met een hoge kwaliteit van leven en een sterke verbinding tussen bewoners. Met deze programma's leveren we op een stedelijk en landelijk platform een bijdrage aan de toekomst van de veranderende stad.

<sup>6</sup> [www.karsenboom.com](http://www.karsenboom.com)

<sup>7</sup> aanvraag Kars + Boom Stimuleringsfonds Creatieve Industrie

<sup>8</sup> <https://stadmakersonline.nl/562/stadmakers>

### PODCAST EN INTERVENTIES ALGORITME VAN DE STAD

Elk jaar maken we met stadmakers drie nieuwe podcast-afleveringen van Algoritme van de Stad met interventies over regels die zorgen voor meer verbindende publieke ruimten. Zoals algoritmen ons gebruik van de virtuele ruimte sturen, nemen we in deze podcast mensen mee langs de onzichtbare regels die onze interacties in de publieke ruimte bepalen. De podcast neemt stadmakers op een verhalende manier mee in de kennis die we opdoen en houdt deze beschikbaar gedurende langere tijd. Zo kunnen we over de jaren een soort kennisbank opbouwen over bijzondere regels. De interventies laten zien dat deze regels ook in de praktijk toegepast kunnen worden. We vinden dat, naast politici en ambtenaren, ook creatieve stadmakers een grotere rol moeten spelen in bepalen welke regels toegepast worden. We maken dit programma dan ook samen met stadmakers als Hof van Cartesius, Dymphie Braun en Studio L.A. De podcast wordt geproduceerd met pleingenoten als theatergezelschap Het NUT en Moon Audio Productions. Elke aflevering lichten we een succesvol voorbeeld uit het buitenland toe en vragen we ons af: Waarom doen we dat niet in Nederland? Met interventies laten we zien hoe zo'n regel ook in ons land toegepast kan worden, te beginnen op Berlijnplein.

Aan het begin van elk jaar bepalen we met onze partners de inhoud van de podcast. We denken voor 2025 in ieder geval aan een podcast die de permanente burgerraad in Brussel als voorbeeld neemt. In de toekomst willen we ook Engelstalige podcasts maken met autoriteiten als schrijver Charles Landry "best known for popularising the

*Creative City concept*<sup>9</sup> en organisator van The Creative Bureaucracy Festival in Berlijn.

### WANDELCLUB VOOR STADLEZERS

Per jaar organiseren we zes edities van Wandelclub voor Stadlezers in verschillende Nederlandse steden. Tijdens deze wandelingen ervaren deelnemers de stad door de ogen van een ander. De wandelingen worden georganiseerd door ons en andere organisaties. In Utrecht werken we hiervoor onder meer met urban do tank Expodium. Ook willen we werken met een partij als Rederij Lampedusa die je per voet en per vluchtelingenboot Amsterdam als migrantenstad leert lezen. Tenminste één wandeling per jaar vindt plaats in de wijk Leidsche Rijn. In 2025 is deze gekoppeld aan onze focusgroep van dat jaar: kinderen met een beperking uit de wijk Leidsche Rijn in samenwerking met Kars + Boom.

### CONFERENTIE EN MAGAZINE ONZE STAD ONS CANVAS

Jaarlijks gaan we tijdens onze conferentie Onze stad Ons canvas met andere stadmakers in gesprek over hoe de behoeften van gebruikers zelf het uitgangspunt kunnen zijn voor nieuwe verbindingen in de stad, met name in publieke ruimten. We programmeren de conferentie met de partners van Wandelclub voor Stadlezers. Gekoppeld aan de conferentie, en wat we tussentijds leren, geven we één keer in de twee jaar het RAUM Magazine uit. Het magazine bevat *best practices*, essays van experts op het gebied van verbindende publieke ruimten, interviews met makers en portretten van bewoners waarmee we samenwerken.

<sup>9</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/Charles\\_Landry](https://en.wikipedia.org/wiki/Charles_Landry)

Foto — 178 aardige ontwerpers



Foto — Jelmer de Haas



“We hebben dan ook snel plekken nodig waar een grote diversiteit aan identiteiten zich niet alleen welkom voelt -en ervaringen en experimenten kan opdoen- maar die vervolgens ook aanzetten tot betekenisvolle ontmoetingen.”

Irina van Aalst (programmadirecteur master ‘Urban Geography’ UU)  
e.a. in RAUM Magazine

in gebruik blijft) voor binnenprogramma’s in het kader van Publiek Canvas, bijeenkomsten met communities en verhuur aan derden. De markten worden op het deel van Berlijnplein boven de A2 gehouden. Onze conferentie, een deel van de podcast-interventies en de wandelingen organiseren we bij partners in de wijk en de stad. Zo bouwen we in 2025 niet alleen verder aan verbinding in de directe omgeving rond Berlijnplein, maar ook aan bredere bekendheid in de stad.

## 6. MARKETING EN COMMUNICATIE

### ONTWIKKELING VAN ONS MERK

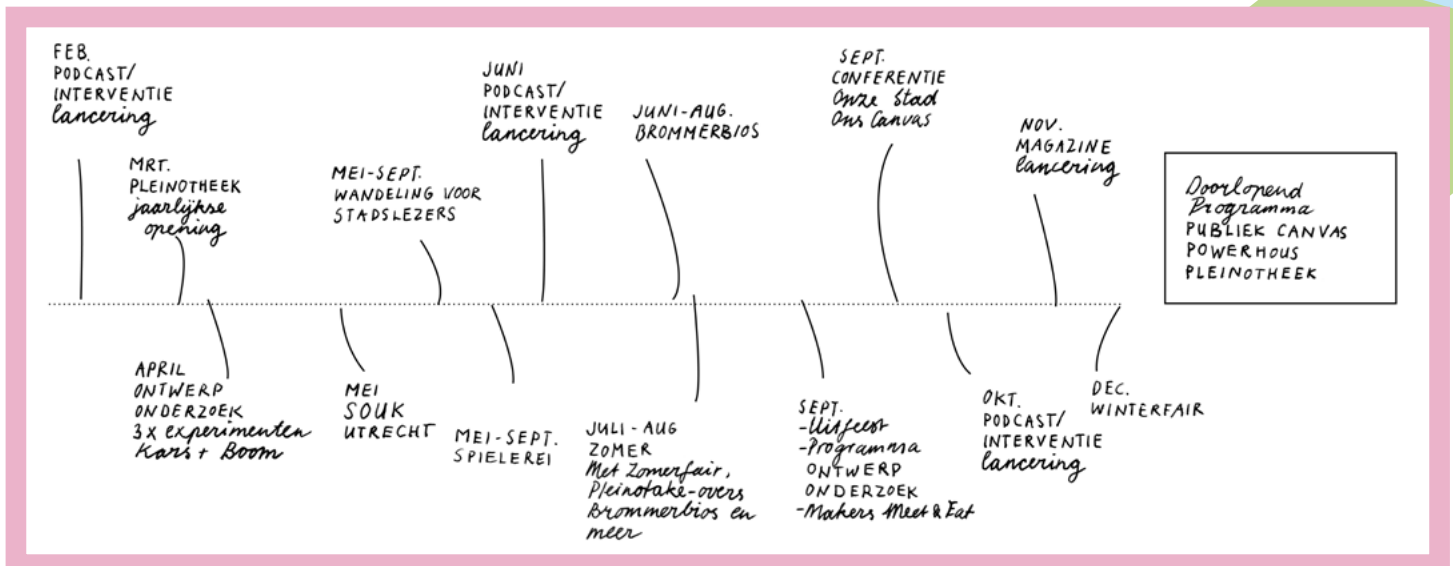
RAUM bouwt aan een gemeenschappelijke plek van en voor omwonenden van Berlijnplein, de stad en randgemeenten daaromheen. We trekken mensen met verschillende leefwerelden hier naar toe om elkaar ongedwongen te ontmoeten. Onze marketingstrategie is gericht op uiteenlopende doelgroepen en legt de focus op: uitnodigen, ontmoeten, meedoen en verbinden.

Onze bezoekers zien RAUM als “verrassend, toegankelijk en vernieuwend”<sup>10</sup>. Hierop bouwen we verder. Om onze doelgroepen beter te leren kennen, doen we samen met onze partners en een onderzoeksbureau herhaaldelijk kwantitatief en kwalitatief publieksonderzoek. We onderzoeken de impact van activiteiten als de Pleinotheek, SOUK Utrecht en het ontwerpend onderzoek op bewoners uit de wijk en stad met impactonderzoek op basis van de *Theory of Change*. Zo kunnen we ons aanbod én onze communicatie nog beter afstemmen op hun behoeften.

### OVERZICHT PROGRAMMA 2025

Bovenstaand programma-overzicht vertaalt zich in 2025 naar een jaarprogramma voor de bewoners uit de wijk en de stad, en stadmakers uit het hele land. In dat jaar zit RAUM op een nieuwe tijdelijke locatie bij Berlijnplein. Hier willen we Powerhouse en de Pleinotheek vestigen, en creëren we een nieuwe moestuin met Common Ground Two. In de buitenruimte vinden de activiteiten van Publiek Canvas plaats. Hier organiseren we -gekoppeld aan de Pleinotheek- Spelerij en De Brommerbios. We gebruiken onze loods op Berlijnplein (die tijdens de bouw

10 publieksonderzoek RAUM 2022



## HUISKAMER VAN DE WIJK

RAUM wil een cruciale rol spelen in de verbinding tussen diverse groepen bewoners in het snelgroeiende en dynamische Utrecht. We willen dat RAUM gezien wordt als 'de huiskamer van de wijk'. Het programma en de activiteiten van RAUM zijn de aanleiding voor mensen om naar Berlijnplein te komen, en bepalen de inhoud van de (merk-)communicatie.

*“Bij RAUM kom ik in contact met mensen van andere culturen. Het maakt dat ik anders naar dingen kijk en andere denkbeelden hoor en zie. Het is een verrijking voor de geest.”*

*Rieke Olgers (buurtbewoner)*

We zorgen ervoor dat onze communicatie toegankelijk en herkenbaar is in taal- en beeldgebruik. RAUM is online continu zichtbaar met een *always on* campagne. In de stad, en in het bijzonder in de wijk Leidsche Rijn, zijn we aanwezig met uitingen voor onze programma's met daarin steeds een nieuwe propositie, activiteit of uitnodiging. De look & feel is afgestemd op de activiteit en de doelgroep(en). Ons overkoepelende verhaal ontwikkelen we in 2024 verder op basis van dit plan.

## BLIK OP DE TOEKOMST

We behouden onze bestaande bezoekers en werken aan een gestage groei in onze bezoekersaantallen. We zetten in op gericht (herhaal-)bezoek en verwerven met ons doorlopende programma een stevige positie binnen het culturele aanbod in de stad. Deze positie zal helpen om de komende jaren een nieuw publiek te trekken, zowel naar onze tijdelijke locatie, als naar het nieuwe cultuurcluster. De feestelijke opening van het nieuwe pand in 2027 markeert een belangrijk moment in onze merkontwikkeling.

## DOELGROEPEN

RAUM is er voor de wijk én voor de stad. We willen een plek zijn waar diversiteit en meerstemmigheid vanzelfsprekend zijn. We zijn gericht op verbinding tussen verschillende doelgroepen, en starten daar al mee in de communicatie. Zo hebben we in onze campagnes aandacht voor de focusgroep met en voor wie een programma is ingericht, maar richten we ons allereerst op de bewoners van Leidsche Rijn, en mensen uit de stad met een vergelijkbaar profiel.

### PRIMAIR: BEWONERS IN DE WIJK EN DE STAD

We richten ons primair op de omwonenden rond het plein en de buurten daaromheen (circa 20.000 bewoners). Zij hebben over het algemeen de volgende demografische kenmerken:

- Relatief veel gezinnen met jonge kinderen en groeiend aantal jong volwassenen;
- In heel Utrecht, maar specifiek in de ons omringende buurten, is het aandeel van bewoners met een Marokkaanse migratieachtergrond opvallend hoog t.o.v. de rest van Nederland;
- In de meeste van de omringende buurten wonen theoretisch opgeleide mensen met een gemiddeld tot hoog welvaartsniveau.

Aanvullend op de bewoners-doelgroepen uit onze buurt, richten we ons ook op mensen met een vergelijkbaar profiel uit de wijk Leidsche Rijn en de stad Utrecht, en aangrenzende gemeenten. We hebben extra oog voor de geformuleerde focusgroepen (zie pagina 8). We zorgen ervoor dat zij zich vertegenwoordigd kunnen voelen in de communicatie-uitingen.



Omdat we willen dat de verschillende programmaonderdelen daadwerkelijk voor verbinding tussen leefwerelden zorgen, richten we onze activiteiten en promotie ook op cultuurbezoekers uit de stad. Dit doen we aan de hand van het Culturele Doelgroepenmodel van Utrecht Marketing. Dit model benoemt geen doelgroepen die niet naar culturele instellingen in Utrecht komen. Wij zetten het toch in om ook effectief te communiceren met bestaand cultuurpubliek. De drie voor ons relevante culturele doelgroepen uit dit model zijn:

- **Culturele Alleseters**  
Deze groep is lekker met hun carrière bezig en heeft over het algemeen geen (of nog niet) kinderen. De meesten wonen alleen. Ze zijn verliefd op de veelzijdige stad, en willen alles wel een keertje proeven;
- **Kindrijke Cultuurvreter**  
Het gezin is jong, hip en energiek. De ouders willen hun kinderen graag de verschillende kanten van het leven, de stad en de wereld laten zien;
- **Nieuwsgierige Toekomstgrijpers**  
Deze groep jongvolwassenen is geëngageerd en zoekt naar hun plek in de wereld. Ze wonen alleen, in grote steden en zijn daarmee een echte stadse doelgroep. Ze zijn vernieuwend, actief en levenslustig. Eigenzinnigheid en avontuurlijkheid vinden ze belangrijk.

#### **SECUNDAIR: (STAD)MAKERS UIT BINNEN- EN BUITENLAND**

We richten ons ook op professionele doelgroepen. Dit zijn allereerst de makers waarmee we willen werken. Hiervoor zijn we onder andere mede-organisator van de Makers Meet&Eat: een jaarlijkse meet-up in Utrecht op het gebied van (digitale) kunst, cultuur en design. Daarnaast richten we ons op de stadmakers met wie en voor wie we onder andere onze podcasts, conferenties en magazines ontwikkelen. Deze stadmakers zijn sociaal en cultureel ondernemers, architecten, kennisinstellingen en overheden.

Makers en stadmakers zijn overigens niet alleen mede-makers maar ook bezoekers van onze programma's.

#### **ZAKELIJKE MARKT**

We richten ons vanzelfsprekend ook op de zakelijke markt voor verhuur van onze locatie en de inkoop van ons advies op het gebied van *creative placemaking*. Denk aan: culturele instellingen, adviesbureaus en stedelijke ontwikkelaars. Samen met ondernemers en stedelijke ontwikkelaars in onze directe omgeving gaan we onderzoeken wat we voor elkaar kunnen betekenen om het vestigingsklimaat in Leidsche Rijn Centrum verder te vergroten.

#### **COMMUNICATIE VAN HET PROGRAMMA**

Lerend van alle eerdere ervaringen en ontwikkelingen – en met het oog op de aanstaande nieuwbouw – scherpen we onze communicatiestrategie voor 2025 en daarna verder aan. We leggen de focus op het vergroten van onze naamsbekendheid en kennis van ons aanbod en de functie van het plein. Onze collectie en programma's zijn de praktische aanleiding (het haakje) voor de communicatie, steeds in combinatie met ons merk: afzender RAUM. De aangescherpte missie, visie en positionering zijn hiervoor de basis.

#### **PUBLIEKSBENADERING**

We hanteren een drietraps-aanpak in onze publieksbenadering:

1. We prikkelen onze doelgroepen met bijzondere activiteiten en overtuigen hen om (vaker) langs te komen;
2. Tijdens een bezoek aan RAUM krijgen bezoekers op een verrassende en ongedwongen manier de kans om anderen te ontmoeten;
3. We stimuleren publiek om te participeren; tijdens activiteiten, en door actief uitvraag te doen naar eigen ideeën van onze doelgroep. Die we vervolgens kunnen faciliteren op ons plein.

#### **PERS**

We willen (de inhoud van) onze programma's nog meer en beter onder de aandacht krijgen bij een breed publiek. We versterken hiervoor de relaties met de lokale pers.

In de landelijke pers – die zich richt op kunst, cultuur en stedenbouw – delen we onze *best practices*. We doen dit samen met Utrecht Marketing waarvan we strategisch partner zijn. Onderzoekresultaten en het magazine dat we publiceren, brengen we ook bij de pers onder de aandacht.

**“Alleen samen kunnen we Utrecht optimaal profileren. Het is dan ook niet meer dan logisch dat RAUM en Utrecht Marketing de handen ineen slaan en elkaar versterken.”**

Cor Jansen, directeur  
Utrecht Marketing

#### MIDDELEN

RAUM zet een breed spectrum aan on- en offline communicatiemiddelen en kanalen in om onze boodschap en programma's onder de aandacht te brengen. De mix verschilt per activiteit en is afgestemd op de daarbij behorende doelgroep(en). De relaties met onze huidige communities en omringende gemeenschappen zijn vooral via-via en door persoonlijk contact ontstaan. Dit gaan we verder uitbouwen door in gesprek te blijven met bewoners, *influencers*, buurtcentra, maatschappelijke organisaties in de wijk en stadmakers. Dit is tijdrovend en intensief, omdat het gaat over persoonlijke relaties en informele netwerken bouwen en onderhouden.

We laten onze online middelen organisch groeien door meer interactie; onze website (20k bezoekers in 2023), maandelijkse nieuwsbrief (circa 700 abonnees, gemiddelde open ratio van 54%), Facebook (7.200 volgers, interactieratio van 2.22%) en Instagram (7.600 volgers, interactieratio 5.48%). Daarnaast vergroten we ons bereik door samen met partners content te delen. We gaan TikTok inzetten als nieuw communicatiekanaal voor RAUM. Dit om een jongere generatie mee te nemen in wat we doen en ze uit te nodigen voor onze activiteiten. Om onze professionele doelgroepen te bereiken, werken we met middelen als LinkedIn (1.400 volgers in

2023, interactie ratio 10,9%), onze nieuwe podcast en gerichte nieuwsbrieven. Daarnaast is RAUM spreker op (inter) nationale bijeenkomsten en geven we rondleidingen en presentaties op Berlijnplein. Onze jaarlijkse conferentie is een belangrijk ijkpunt om stadmakers te betrekken. Ons jaarlijkse magazine (oplage 500) geven we aan relaties en verkopen we op onze website. Op onze website vinden geïnteresseerden onder het kopje RAUMLab al onze kennis en ervaring in *best practices*.

#### AANTALLEN BEZOEKERS

Tijdens de bouw in 2025 en 2026 verwachten we minder bezoekers dan op onze huidige locatie, omdat we naar verwachting naar een tijdelijke, kleinere en minder vanzelfsprekende verblijfsplek verhuizen. Onze huidige pleingnoten (die ook bezoekers aantrekken) zitten waarschijnlijk op andere locaties. Naar verwachting ontvangen we in deze jaren iets meer dan 30.000 bezoekers. Dit zijn zo'n 17.000 bezoekers voor onze activiteiten als Publiek Canvas, de markten, het ontwerpend onderzoek en de conferentie. We verwachten zo'n 13.000 mensen die de plek zelf bezoeken, los van gerichte activiteiten. We gaan deze jaren met het programma en onze communicatie investeren in een grotere mix van mensen uit meerdere stadsdelen. Groeipotentie zit in ieder geval in de wijken West, Zuidwest en Overvecht. De nieuwbouwlocatie zullen we opnieuw zichtbaar moeten maken. We verwachten daar vanaf 2027 zo'n 100.000 bezoekers per jaar naar toe te trekken. Dit zijn bezoekers van onze activiteiten, ons binnenplein met installaties en de commerciële verhuur. Waarvan steeds meer mensen van buiten Utrecht. Dit is exclusief bezoekers van onze horeca en ons buitenplein. We tellen onze bezoekers tijdens gratis activiteiten, aan de hand van de tickets die we verkopen en met telpoortjes op ons plein.

#### 7. ORGANISATIE

Het team van Stichting RAUM bestaat uit een diversiteit aan mensen met kennis op het gebied van kunst & cultuur, publieke ruimten, sociale geografie, *social* en *spatial design*, co-creatie en diversiteit & inclusie. Samen beschikken we over een enorme maakkracht en wens om te verbinden.

#### TEAM

Meerstemmigheid, lef, verbinding en plezier zijn de kernwaarden waarop we werken. We willen daarin samen leren van wat we doen en van elkaar, en zijn continu bezig een veilige werkomgeving

te creëren waarin iedereen in het team zich gehoord en gezien voelt.

Onze organisatiestructuur is flexibel, en onze cultuur is niet-hiërarchisch, zodat we snel kunnen inspelen op veranderende behoeften. RAUM heeft een tweekoppige directie/ bestuur: een creatief en een zakelijk directeur, om de continuïteit te waarborgen. Zij zitten in het kernteam met de manager marketing communicatie en het hoofd projecten. Allen zijn in dienst. Gedurende 2026 t/m 2028 zal aanvullend per afdeling minimaal één medewerker in het loongebouw worden opgenomen. Dit versterkt niet alleen de stabiliteit van de organisatie, maar stelt ons ook in staat om intern talent te ontwikkelen en te behouden. Daarnaast werken we met een flexibele schil van freelancers op projecten. Het programma van RAUM wordt ontwikkeld en uitgevoerd door programmamakers in projectteams met communicatiemedewerkers en producenten. Onze teamleden komen grotendeels uit Utrecht. Meerdere van hen wonen in Leidsche Rijn. Het volledige team is te vinden op onze website.

Met ons team zijn we goed vertegenwoordigd in het culturele en sociale netwerk van Utrecht. Zo zijn we onder andere direct betrokken bij: PACT Utrecht, de Leidsche Rijn Connectie, Awesome Utrecht, Coöperatie Berlijnplein, het Ondernemersfonds Leidsche Rijn Centrum, Utrecht Marketing en het Hedendaags Kunst Overleg (HeKo).

### GOVERNANCE CODE CULTUUR

Sinds 2023 werkt RAUM met een Raad van Toezicht-model om bestuur en toezicht beter te scheiden. De bij deze bestuursvorm behorende aanbevelingen zijn vanuit de Governance Code Cultuur meegenomen in het Bestuursreglement

en de Reglementen van Toezicht. Deze zijn te vinden op onze website. Leden van de raad wonen of werken merendeels in Utrecht, in het bijzonder in de wijk Leidsche Rijn. Ze komen minimaal vijf keer per jaar bij elkaar met de directeuren. Ze houden onder meer toezicht op de ontwikkeling en evaluatie van beleid en de resultaten daarvan op korte en lange termijn. Ze evalueren elk jaar het functioneren van het bestuur en hun eigen functioneren. De samenstelling van de Raad van Toezicht is op de website van RAUM te vinden.

### FAIR PRACTICE CODE

RAUM is een relatief jonge organisatie. We groeien van een pionierende naar een volwassen organisatie. Steeds meer mensen in kernfuncties zullen naar de nieuwbouw toe in loondienst komen en vaste arbeidscontracten krijgen. We streven bij RAUM naar een eerlijke beloning voor iedereen. De Fair Practice Code vormt dan ook de leidraad voor de behandeling en vergoeding van ons team, onze vrijwilligers, stagiairs en makers ongeacht hun dienstverband. We hebben een open en transparante werkcultuur. Jaarbegrotingen en projectbegrotingen zijn inzichtelijk voor het team. We werken met een loongebouw gebaseerd op de CAO van verschillende presentatie instellingen. Voor de ontwikkeling van vaste teamleden bieden we individuele coaching aan, bijvoorbeeld op het gebied van leiderschapsontwikkeling of vakgerelateerde opleidingen. Voor de mensen die in dienst zijn, is een vertrouwenspersoon aangesloten via de ziektekostenverzekering. Het is bekend dat alle medewerkers en makers bij de directie terecht kunnen voor vertrouwensvraagstukken. Indien dit ontoereikend is, kunnen ze terecht bij de Raad van Toezicht. We zijn bezig om aanvullend een extern vertrouwenspersoon voor freelancers te betrekken.

### DUURZAAMHEID

RAUM werkt eraan om te zorgen dat wat ze doet ecologisch en duurzaam gebeurt. De installaties en de paviljoens op ons terrein zijn circulair ontwikkeld op basis van adaptieve principes. Voor zowel bestaand als nieuw werk is een circulaire werkwijze als voorwaarde opgenomen in de briefing aan makers. We werken vooral met makers uit het binnenland die vervoerskosten voor het openbaar vervoer ontvangen. Gescheiden inzameling van afval bij bezoekers op het buitenterrein blijkt lastig. Dit bieden we in de nieuwbouw aan. Onze horecapachter koopt zijn producten zo veel mogelijk lokaal in en biedt altijd vegetarische

Foto — Mariska Kerpel



en veganistische opties aan. Hij maakt ook gebruik van de opbrengsten uit de moestuin van RAUM. Voor ons kantoor kopen we zoveel mogelijk duurzaam en biologisch in. Bij de ontwikkeling van de nieuwbouw staan adaptiviteit, hergebruik en circulaire systemen voorop.

### ONTWIKKELING

Het programma dat we in de nieuwbouw presenteren, komt voort uit wat RAUM in de jaren daarvoor heeft ontwikkeld. Met de bezetting van 2025 kunnen we naar verwachting dan ook een groot deel van de benodigde taken en werkzaamheden uitvoeren voor de nieuwbouw. Er is wel uitbreiding nodig wat betreft programma ondersteuning. In 2027 willen we een vrijwilligersorganisatie hebben opgezet van zo'n veertig vrijwilligers voor beheer, de ondersteuning van activiteiten en de hosting van het binnenplein. Deze vrijwilligers zullen vooral in Leidsche Rijn wonen.

### CODE DIVERSITEIT EN INCLUSIE

Het team is op alle fronten al zeer divers samengesteld. De komende jaren gaan we de vertegenwoordiging van verschillende identiteiten in ons team verder vergroten. We richten ons vooral op het vergroten van meer culturele diversiteit in het team. Hiermee halen we kennis in huis over de verschillende culturen en perspectieven in de stad. Dit maakt ons ook toegankelijker voor verschillende groepen in de stad. Zo willen we ook, in het verlengde van onze focusgroepen, mensen met een beperking in ons team betrekken. In ons team van vrijwilligers willen we dat ouderen uit onze omgeving goed vertegenwoordigd zijn.

We gaan een inclusieve manier van werken structureel implementeren in onze werkwijze. De ondersteuning vanuit de regeling Meemaakpodia zorgt voor ontwikkeltrajecten met teamleden van alle Meemaakpodia in het land. We organiseren zelf teamdagen met professionele deskundigheid op het gebied van diversiteit en inclusie, en bredere organisatieontwikkeling. In al ons programma zien we straks een representatie van verschillende identiteiten terug. Dit doen we door te werken met en vanuit onze focusgroepen en andere ondergerepresenteerde groepen in de stad. We hebben als doel dat ons publiek tenminste een weerspiegeling is van de culturele diversiteit in de stad. RAUM wil dat haar programma in 2028 voor een derde wordt georganiseerd door bewoners en culturele organisaties uit Utrecht. We doen dan niet minder programma's maar verhogen de bezettingsgraad van onze ruimtes. RAUM jaagt dit blijvend aan met haar programma's. Zo wordt Berlijnplein steeds meer van de stad zelf: een publieke ruimte die op innovatieve wijze verschillende mensen en leefwerelden met elkaar verbindt.

Foto — Mariska Kerpel



Foto — Jelmer de Haas

