

Strabo en AGORA: van geboorte tot scheiding

AUTEUR Jeroen Verwaaijen

Een tijdschrift heeft een levenscyclus. Het wordt geboren, groeit op, verwisselt eventueel van partner en sterft soms een abrupte of zachte dood. AGORA is vijfentwintig jaar jong en heeft een boeiende geschiedenis achter de rug. In dit artikel beschrijf ik een deel van deze geschiedenis: van conceptie tot de scheiding van haar eerste uitgever.

“Voor u ligt het nulnummer van Agora,” opende in juli 1984 het allereerste redactioneel, “een ontmoetingsplatform voor wetenschap en samenleving op het gebied van de ruimtelijke ordening. De belangrijkste functie van Agora is het openleggen en bereikbaar maken van een groot deel van het onderzoek dat aan universiteiten en hogescholen wordt gedaan, namelijk dat van studenten. Het is onze ervaring dat veel van deze onderzoeken nauwelijks bekendheid genieten... Agora is een initiatief van een aantal afgestudeerde sociaal geografen en planologen, die vanuit de Stichting voor Ruimtelijk Advies Beleid en Onderzoek (Strabo) op vrijwillige basis gestalte willen geven aan het blad. In ieder nummer zal gestreefd worden naar een volledig overzicht van de in het voorafgaande kwartaal verschenen scripties en stageverslagen.”

Het eerste nummer had vierentwintig pagina's, waarvan de helft door het scriptieoverzicht in beslag werd genomen. De titel, auteur en korte inhoud werden weergegeven en waar de scriptie verkrijgbaar was. Een aantal scripties werd door de auteurs zelf of door de redactie besproken. En er was een interview met professor Leen Bak, een planoloog verbonden aan de Vrije Universiteit (VU) in Amsterdam. Het was een boeiend artikel waarin onder andere de vraag werd gesteld: “Hoe ziet de heer Bak de mogelijkheden voor afgestudeerde planologen en sociaal geografen met het sombere beeld voor ogen dat er al ongeveer 500 van hen werkloos zijn?” Hij noemde onder andere het verrichten van vestigingsplaatsonderzoek voor het bedrijfsleven en pensioenfondsen. Dat was iets geheel nieuws in die tijd.

Onder dit gesternte werd de stichting Strabo geboren. De arbeidsmarkt stemde pessimistisch. Dick Loos, zelf nog net niet afgestudeerd als geograaf en planoloog, schreef een businessplan voor een ruimtelijk

marktonderzoeksbureau gericht op primaire dataverzameling en -analyse. Hij kon drie andere VU geografen en planologen, waarvan er twee al afgestudeerd waren en op zoek naar werk, overtuigen om mee te doen, en zo startte Strabo in het najaar van 1982. Het team werd al snel aangevuld met andere werkloze afgestudeerde geografen en planologen, en zij probeerden door het opdoen van werkervaring uiteindelijk aan de slag te komen in het bedrijfsleven of bij de overheid. Vanuit een kamer op de faculteit psychologie en met behulp van SARA, het aan de universiteit gelieerde expertisecentrum voor dataprocessing, werden de eerste opdrachten uitgevoerd. Met het eerste verdiende geld kon Strabo een van de minder chique kantoren aan de Herengracht huren. Het was een opknappertje, maar wel op een absolute toplocatie in 'De Gouden Bocht'. Het ging zo goed dat extra ruimte nodig was, die gevonden werd aan de Wibautstraat. Als een soort veredelde kraakwacht in een leegstaand kantoor van een van de opdrachtgevers werden extra inkomsten gegenereerd. En hier werkte ook de eerste redactie van AGORA, maar aan de Herengracht werd het idee geboren.

Dick Loos was de bedenker: “De doelstellingen waren natuurlijk hoogdravend, maar in de praktijk ging het er om dat je je kon profileren als werkloze afgestudeerde en dat dat verhaal waar je soms jaren op gezwoegd had niet direct in de la verdween. De kunst was ook om de resultaten van al dit onderzoek op een toegankelijke manier te presenteren en er geen saaie ‘wetenschappelijke’ verhalen van te maken. Daar waren al genoeg bladen voor. Korte artikelen, pakkende koppen, veel illustraties en foto's, rubrieken met en over actualiteiten, afgewisseld met interviews over pakkende en spraakmakende items.” In het pre-internettijdperk was de platformfunctie van AGORA niet te onderschatten. Na een succesvol ontvangen nulnummer verscheen op 1 november 1984 het eerste echte nummer. Er zouden er nog vele volgen.

Redactie

In het begin bestond de redactie vooral uit Strabo-medewerkers. Zij deden AGORA erbij. Er was nog geen eind- of hoofdredacteur. Alles werd democratisch besloten en de aangeleverde teksten werden

AGORA

ontmoetings
platform voor
wetenschap en
samenleving op
het gebied van de
ruimtelijke ordening

1e jaargang nr. 0 juli 84

gesprek met professor Bak
energiebewust bouwen
institutionele beleggers
gemeenten en werkgelegenheid
huisvesting kleine, startende bedrijven
regionale betekenis van
onderzoeksinstituten



STICHTING VOOR RUIMTELIJK ADVIS, BELEID EN ONDERZOEK

AGORA

een uitgave van onderzoeksbureau STRABO



5e jaargang nummer 1 januari 1989

Denken over architectuur
Gevolgen veranderende wereldmarkt
Struktuurschema Verkeer en Vervoer

ontmoetingsplatform voor wetenschap en samenleving op
het gebied van ruimtelijke ordening en gebouwde omgeving

AGORA

wie is bang
voor
privatisering



leegstand in
naoorlogse wijken

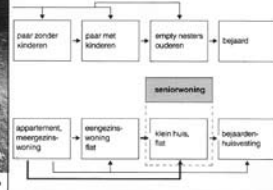
citymarketing
en toerisme
bedrijfspandenbank
de natuur
een attractie
nederland nu
als ontwerp

ontmoetingsplatform voor wetenschap en samenleving
op het gebied van de ruimtelijke ordening



psychologie van automobilist

vergrijzing in
groeikernen



3e jaargang nummer 2 april 1987

AGORA

Ontmoetingsplatform voor wetenschap en samenleving op het gebied van ruimtelijke ordening en gebouwde omgeving
Een uitgave van onderzoeksbureau STRABO • 7e jaargang nummer 3 - mei 1991



THEMA: RENOVATIE
WINKELCENTRA
LUXUEUS WONEN IN AMSTERDAM

ongeredgeerd naar de vormgever gestuurd. Dat was Max Popma, die via een vriendin binnengeloodst was.

“De doelstellingen waren hoogdravend, maar in de praktijk ging het er om dat je je kon profileren.”

Op den duur kwam de redactie steeds meer los te staan van Strabo. De hoofdredacteur was tot 1993 wel een Strabo-medewerker. De overige redactieleden waren vrijwel allemaal sociaal geografen en planologen van de Vrije Universiteit en de Universiteit van Amsterdam. Men meldde zich vrijwillig aan of werd door andere redactieleden benaderd. De taak van de redactie was het werven van auteurs en het bespreken van scripties. Daarnaast werd de redactie geacht te helpen met de verzending. Ten kantore van Strabo zaten dan tien man adresstickers te kopiëren en op wikkels te plakken, die door anderen gevouwen werden en om de AGORA's geslagen. Daarna werden er bundeltjes op postcode gemaakt die de volgende ochtend per taxi naar het hoofdkantoor aan het Oosterdok gebracht werden. Dat was super gezellig en een prima gelegenheid om bij te kletsen, maar er ging altijd weer een zucht van verlichting door de zaal als het laatste bundeltje van een stevig paktouw was voorzien.

Het blad werd later gemaakt door de hoofdredacteur, eindredacteur en de vormgever. De vormgever en eindredacteur werkten nauw samen, omdat de opmaak zeer nauw luisterde. Ieder type artikel had een vaste lay-out, zeker in de tijd van Max Popma. Een artikel van twee pagina's kreeg een foto over drie kolommen en een illustratie van een of twee kolommen breed op de tweede pagina. Dat betekende ook dat een artikel van één pagina maximaal 780 tot 800 woorden lang mocht zijn. Om dat te realiseren moest er óf tekst bij (door de auteur zelf of door de eindredacteur) óf tekst eruit (door de eindredacteur bepaald, vaak tot ongenoegen van de auteur). Bovendien hadden de koppen een vast corps (20 of 24) en waren daarom gebonden aan een bepaalde lengte. Het was vaak lang puzzelen om zowel het artikel als de vormgeving recht te doen.

Productieproces

We praten over 1984, het pre-computertijdperk. De teksten kwamen in het gunstigste geval getypt binnen, maar ook handgeschreven artikelen kwamen voor. De eindredacteur verzamelde de teksten en stuurde deze naar de zetterij waar ze overgetypt werden en tot proefzetstroken werden verwerkt: kolommen tekst die de vormgever op grote vellen plakte.

De eindredacteur controleerde de stroken vervolgens op typ- en afbreekfouten. Als alles een beetje paste en er nog wat teksten geschraapt of gewijzigd waren, gingen de teksten weer terug naar de zetterij. Vaak zat de eindredacteur dan een dagje bij de zetter om de allerlaatste wijzigingen zelf nog door te voeren. De definitieve zetstroken werden uitgedraaid en daarmee ging de vormgever op zijn lichtbak aan het werk. Foto's werden voorzien van een raster en in de tekst geplakt, evenals de koppen en subkoppen, die apart werden

aangeleverd. Daarna kon het geheel naar de drukker. Het was al met al een klus waar je gemiddeld een week of twee mee bezig was. Eind jaren tachtig kon door de opkomst van de pc het overtypen van artikelen overgeslagen worden, en pas begin jaren negentig werd de lay-out gedigitaliseerd waardoor het letterlijke plak- en knipwerk verleden tijd was.

Jarenlang heeft Martijn Gallenkamp de fotografie voor het blad verzorgd. Hij kreeg gerichte opdrachten om foto's te maken bij bepaalde artikelen. Dat leverde vaak zeer artistieke plaatjes op, maar hoofdbreken voor de eindredacteur die een toepasselijk onderschrift moest maken om voor de lezers de link tussen foto en artikel te leggen. Andere bronnen voor afbeeldingen waren het eigen omvangrijke fotoarchief (alles is minimaal één keer gebruikt) en fotobureaus waar je tegen een geringe vergoeding op thema een foto kon uitzoeken.

Inhoud

De basis van AGORA was het scriptieoverzicht en de daaruit gekozen artikelen. Pas na een jaar werd het eerste themanummer uitgebracht, *Den Haag*, met daarin onder andere een interview met de toenmalige Haagse wethouder Adri Duivesteyn. De redactie plande de themanummers ruim van tevoren en op aandringen van Strabo zat daar minimaal één 'commercieel' thema tussen, bij voorkeur iets met winkelcentra of kantoren. Dit was het directe werkveld van Strabo en haar klanten en met dergelijke thema's konden de broodnodige advertenties binnengehaald worden. Dit overigens zonder te veel in 'advertorials' te vervallen, zodat de redactionele onafhankelijkheid redelijk gewaarborgd bleef. Naast het scriptieoverzicht ontstond nog een aantal andere rubrieken. Allereerst 'Agoronomi', een nieuwsrubriek met aankondigingen van congressen, publicaties en dergelijke, dat de achterkant sierde als daar geen duurbetaalde advertentie stond. 'Geomatica' was het kindje van Jos Zomerplaag. Jos was zeer thuis in de wereld van GIS, dat toen nog in de kinderschoenen stond. MapInfo, ArcInfo, het gebruik van satellietbeelden: alles kwam aan bod en vaak vergezeld van een advertentie.

'Visie', een gastcolumn, was een ander vast onderdeel. Dat was vaak een hele klus. AGORA had weinig aanzien, dus was het leuren en sleuren, brieven schrijven en de juiste ingang weten. Het was een heel leerzaam proces, ook voor later. De column kwam vaak als laatste artikel binnen, werd soms nog telefonisch 'afgenomen' en af en toe moest er

Doordat er onvoldoende toegepaste wetenschap wordt bedreven in de commerciële vastgoedsector, nemen de commerciële adviesbureaus die taak op zich, monopoliseren zij hun kennis en wordt telkenmale opnieuw het wiel uitgevonden. Een goed voorbeeld is de distributieplanologie waar ieder bureau zijn eigen methodiek op los laat en er dus eeuwig discussie over vierkante meters blijft bestaan. Uiteindelijk test eigenlijk niemand meer of de aannames wel correct zijn.

Reactie? www.agora-magazine.nl

in alle haast een reservecolumnist worden opgetrommeld. Maar de column heeft er altijd in gestaan. De kortste staat op naam van oud-minister van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer Ed Nijpels, wiens beleidsmedewerker niet meer dan 150 woorden wist aan te leveren.

Centen

Strabo was een stichting en had dus geen winstoogmerk. In een bepaalde fase van haar bestaan werd dat wel erg letterlijk genomen en draaide Strabo verlies. AGORA was per saldo een kostenpost, maar had als voordeel dat de abonneegelden in het begin van het jaar gefactureerd werden, terwijl de kosten pas in de loop van het jaar - en soms jaren later - voldaan hoefden te worden. Drukkerij Quint heeft bijvoorbeeld jaren gewacht op haar geld, waar ik nog eeuwig dankbaar voor ben. Afgezien van dit tijdelijke liquiditeitsvoordeel bezat Strabo een zeer creatieve boekhouder, die het stichtingsbestuur er ieder jaar van kon overtuigen dat de revenuen door imago, naamsbekendheid en marketingkosten en dergelijke altijd hoger waren dan de cijfers lieten zien en dat er voor het komende jaar plannen lagen waardoor de kosten lager en de opbrengsten hoger zouden uitvallen. Dit verhaal heeft hij jarenlang overtuigend kunnen brengen, waardoor er steeds weer een jaartje AGORA aan vast geplakt kon worden.

Begin jaren negentig toonde een reclamebureau interesse in het

het been. Bovendien ontwikkelde Strabo zich tot een professioneel onderzoeks- en adviesbureau, waardoor de doelstelling van AGORA en het aspect van werkverschaffing steeds verder van ons af kwam te staan.

Maar wie wil er nu een onrendabel blad met een beperkte oplage overnemen? Uiteindelijk waren het Koninklijk Nederlands Aardrijkskundig Genootschap (KNAG) en het SISWO, een interuniversitair instituut voor gedrags- en maatschappijwetenschappen, bereid om de failliete boedel over te nemen. Met pijn in het hart, maar ook opgelucht, namen we afscheid van elkaar.

Voor mij persoonlijk was AGORA de reden dat ik bij Strabo terecht ben gekomen: van eind- naar hoofdredacteur en van AGORA via een stage uiteindelijk (mede)directeur-eigenaar van een flink gegroeid en kerngezond Strabo. Het maken van dit tijdschrift heeft vele redacteurs geleerd hoe je je verhaal aantrekkelijk voor het voetlicht kan brengen. Het schrijven van artikelen met een kop en staart blijft een belangrijk onderdeel van het vak. Dat de rapporten van het onderzoeksbureau Droogh Trommelen en Partners er zo goed uitzien, zal mede worden bepaald door de ervaring die Dirk Jan Droogh als vormgever van AGORA heeft opgedaan. Het feit dat AGORA nog steeds bestaat en dicht bij de doelstelling is gebleven, doet mij, en waarschijnlijk de vele mensen die in de loop der tijd aan het blad hebben meegewerkt, deugd.

Jeroen Verwaaijen (verwaaijen@strabo.nl) is voormalig eind- en hoofdredacteur van AGORA (1988-1993). Op dit moment is hij directeur onderzoek bij Strabo bv. Met dank aan Max Popma en Dick Loos.

AGORA had weinig aanzien, dus was het leuren en sleuren.

uitgeven van AGORA. Zij zou de lay-out gaan doen, advertenties regelen en voor een gering bedrag AGORA laten drukken. Het doel was om er een maandblad van te maken en de oplage flink te verhogen. Door Strabo werd deze partner met gejuich ontvangen. AGORA zou eindelijk winst gaan maken en meer standing krijgen. De redactie had er wat meer moeite mee en vreesde (achteraf overigens onterecht) voor de journalistieke onafhankelijkheid.

Het resultaat viel echter tegen. De kwaliteit van het zet- en drukwerk was niet wat we gewend waren. Lelijke donkere foto's en een lettertype dat ons ook niet kon bekoren. Hoe gezellig het ook was op de hippe vormgevingsafdeling van het reclamebureau, verstand van tijdschriften hadden ze niet. Ook de verwachte advertentie-inkomsten bleven uit. Toen de drukker ten slotte aangaf dat dat geringe bedrag niet hun idee was en er gewoon betaald moest worden, was het avontuur snel over. Een mislukte, maar leerzame poging.

Scheiding

Op een bepaald moment was het voor Strabo bedrijfstechnisch onverantwoord om AGORA voort te zetten. De animo om er tijd en met name geld in te steken nam af. AGORA was al wat meer los gekomen nadat Ed Slotboom als eerste niet-Strabo'er hoofdredacteur was geworden. Strabo probeerde te overleven en AGORA was een blok aan