

Op naar een aantrekkelijke Zuidvleugel

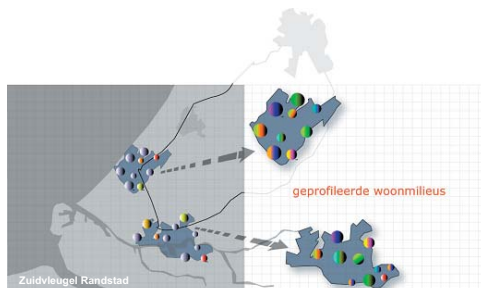
"De Zuidvleugel blijft achter als aantrekkelijk woongebied",
 "De economische ontwikkeling in de Zuidvleugel stagneert",
 "Woonmilieus in Zuidvleugel te eenzijdig"

Deze algemene kritiek tekent al jaren elk debat over de ontwikkeling van de Zuidvleugel van de Randstad. De woningcorporaties WoonbronMaasoevers uit Rotterdam en Staedion uit Den Haag willen een wezenlijke bijdrage aan dit debat over de toekomst van de Zuidvleugel leveren. Zij willen een concrete basis leggen voor de toekomstige ontwikkeling van een aantrekkelijk woon-, werk- en investeringsmilieu in de gebieden waarbij zij een sterke betrokkenheid hebben.

Tijd voor een nieuwe aanpak!

De corporaties menen dat de oplossingsrichting hiervoor ligt in het realiseren van geprofileerde woonmilieus. Daarbij wordt de toekomstvisie voor een gebied gebaseerd op de identiteit van het gebied (zowel in fysieke vorm als in kenmerken van bewoners en leefpatronen). Alleen dan ontstaan betekenisvolle verschillen tussen gebieden onderling en duidelijker keuzemogelijkheden voor huidige en nieuwe bewoners op basis van een veranderd imago.

In de herstructurering van gebieden ligt dé kans om te komen tot een gevarieerd woningaanbod en daarmee dé mogelijkheid om de concurrentiepositie en vitaliteit van de Zuidvleugel te versterken!



Identiteit en Branding van gebieden

Dit innovatieproject is gericht op het ontwikkelen van een methodiek en bijbehorend instrumentarium voor gebiedsvisies, gebaseerd op de identiteit en branding. Om hiertoe te komen, worden vier pilotprojecten in vier gebieden uitgevoerd. Het gaat om Hoogvliet Rotterdam, Mariahoeve Den Haag en twee nader te bepalen gebieden.

Elke pilot kent vier fasen; (historische) analyse, branding, marktonderzoek en gebiedsvisie. De verschillende uitgangssituaties in de gebieden bepalen echter de specifieke uitwerking ervan. De identiteit van het gebied vormt daarbij steeds de rode draad. De 'branding' van het gebied wordt zo richtinggevend voor draagvlak bij betrokkenen, de toekomstvisie voor het gebied en de samenwerking en investeringen door partijen.

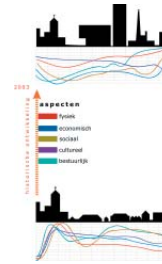
Methodiekontwikkeling

De fasen 1 tot en met 4 worden in de vier pilot gebieden toegepast. De wijze waarop iedere fase ingevuld wordt, is afhankelijk van de gebiedskenmerken, de ontwikkelingsfase en de ervaringen in de voorgaande pilots.

Na iedere pilot vindt een algemene evaluatie en reflectie plaats en wordt de wijze van aanpak voor het volgende gebied bepaald. De evaluaties van de verschillende fasen zijn de ijkpunten, die de methodische lijn vormen.

Na vier verschillende toepassingen ontstaat inzicht in de mogelijkheden en effectiviteit van de methode in relatie tot de situaties in verschillende wijken.

De resultaten en ervaringen uit de pilots worden afgezet tegen de huidige werkwijze en instrumentarium om tot gebiedsvisies te komen. De kennis, die op deze manier opgebouwd wordt vormt de basis voor een nieuwe methodiek voor het ontwikkelen van gebiedsvisies.



fase 1 historische analyse

Analyse van de historische ontwikkeling als verklaring voor de huidige situatie (sociaal, fysiek, economisch, cultureel en bestuurlijk)



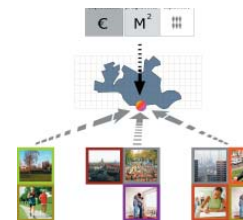
fase 2 branding

Vaststellen van identiteit en kernwaarden



fase 3 marktonderzoek

Matchen van gebiedskenmerken, woningtypen en doelgroepen/leefstijlen



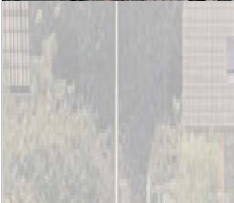
fase 4 gebiedsvisie

Ontwikkelen gebiedsvisie



Hoogvliet

Als gevolg van de groei van de petrochemische industrie in de Botlek en Pernis werd het dijkdorp Hoogvliet na de Tweede Wereldoorlog aangewezen als locatie voor een satellietstad van Rotterdam. Het idee was om 18.000 woningen te realiseren zodat mensen nabij het werk konden wonen. Het stadsconcept van wijken als 'afgeronde eenheden' rond een centrumgebied was kenmerkend voor de opzet van groeikernen. Door een sterk veranderende maatschappelijke context heeft Hoogvliet zich niet volgens deze opzet kunnen ontwikkelen. Begin 2003 is de pilot Hoogvliet van start gegaan.



Mariahoeve

Reeds in 1908 presenteerde stadsbouwmeester Berlage het eerste plan voor Mariahoeve als uitbreidingswijk van Den Haag. De Eerste Wereldoorlog en de doorkruising van het gebied door een spoorlijn vormden een belemmering voor realisatie. Ook het plan van Dudok uit 1935 liep hier op stuk. Uiteindelijk is als basis voor realisatie het plan van architect Van der Sluijs verkozen. De eerste paal werd uiteindelijk in 1958 geslagen. Momenteel bestaat Mariahoeve uit ongeveer 7.000 met name gestapelde portiek-etagewoningen.



Voor meer informatie

WoonbronMaasoevers:
Rian Peeters
rpeeters@woonbronmaasoevers.nl

Staedion :
René Goorden
rg@staedion.nl

Inhoudelijke projectcoördinatie:
WSA
wsa@wsa.nl



www.identiteitenbranding.nl

algemeen

Dit project is een samenwerkingsverband tussen de corporaties Staedion en Woonbron en wordt vanuit IPSV ondersteund door VROM.

'Identiteit en Branding van gebieden' is gericht op het ontwikkelen van een methodiek voor gebiedsvisies waarbij de identiteit en kernwaarden van het gebied centraal staan.

