

Agenda Toekomstvisie Mariahoeve

Identiteit & Branding Mariahoeve

oktober 2006



Inhoud

Inleiding	5
Samenvatting	7
I&B Mariahoeve	11
Ontwikkelingsrichtingen	15
Mariahoeve = Mariahoeve	19
Inhoudelijke thema's	23
Procesinrichting	57
Bijlagen	71
Colofon	83



Mariahoeve binnen netwerk Den Haag

Inleiding

Het project *Identiteit & Branding van gebieden* is ontstaan vanuit het streven van de corporaties Staedion en Woonbron om bij te dragen aan een kwalitatief woonklimaat in de Zuidvleugel door te werken aan succesvolle differentiatie van woonmilieus. In Rotterdam en Den Haag zijn pilotprojecten uitgevoerd als basis voor een innovatieve methode voor gebiedsinteger werken. Mariahoeve was één van de twee pilots in Den Haag.

De wijk Mariahoeve vormt nu een beheergebied waar, in vergelijking met de lopende herstructureringsgebieden van Den Haag, op het eerste gezicht niets aan de hand lijkt. Toch zijn er indicaties van een onderliggende tendens van verslechtering van het woonklimaat. Dit in combinatie met de blijvend gewaardeerde karakteristiek van de ruimtelijke en stedenbouwkundige opzet vormde de aanleiding om juist op dit moment een visie op de toekomst van de wijk te formuleren.

De centrale probleemstelling voor *Identiteit & Branding Mariahoeve* heeft betrekking op de vraag hoe de wijk haar kwaliteiten behoudt binnen een veranderende stedelijke, maatschappelijke context. Meer specifiek is de vraag geformuleerd als *'Consolidatie of transformatie; waar en hoe?'*. In het project is gewerkt aan onderzoek naar de huidige karakteristiek van de wijk, een verklarende analyse, de beschrijving van een herkenbare gebiedsidentiteit en de uitwerking van een visie op de gewenste ontwikkelingsrichting. Door de gekozen methode van werken zijn vele partijen en personen in dit proces betrokken.

Dit rapport *'Agenda Toekomstvisie Mariahoeve'* vormt het eindresultaat van I&B Mariahoeve. Het formuleert op basis van het resultaat van het hele project een samenhangende visie op de gewenste ontwikkelingsrichting van het gebied.

De inhoudelijke aspecten van deze ontwikkelingsrichting

'Mariahoeve = Mariahoeve' komen aan de orde in de vorm van onderling gerelateerde thema's, die centraal moeten staan in de gebiedsontwikkeling. Tevens wordt een voorstel voor de inrichting van het vervolgproces gedaan.

De waarde hiervan betreft de toekomst van Mariahoeve zelf, maar ook van de stad: *'een geprofileerd Mariahoeve biedt woonkwaliteit voor verschillende groepen en meerwaarde voor de stad.'*

Gemeente, stadsdeel en corporaties zullen hier in samenwerking met andere 'gebiedspartners' in het vervolg verder vorm aan geven. Iedere partij moet daarin zelf beoordelen hoe zij vanuit de thema's de eigen programma's kan inrichten als gerichte bijdrage aan de ontwikkeling en profilering van de wijk.

Agenda Toekomstvisie Mariahoeve



Groen, ruim, rustig en veilig



Comfortabel wonen



Wooncarrière en aanbodvariatie



Woningaanbod en woonomgeving



Betekenis buurtconcept



Beheervormen collectieve ruimte



Rust en ontspanning



Vraagbegeleiding



Cultuuroverdracht



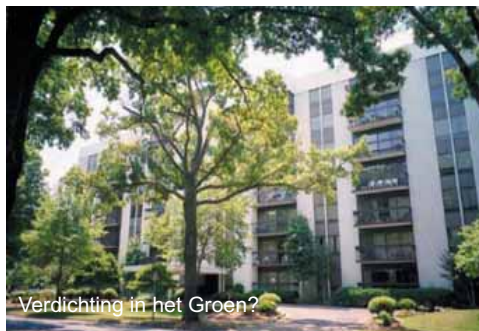
Organiserend vermogen



Internationale 'melange'



Hart van Mariahoeve



Verdichting in het Groen?



Zorgvuldige architectuur



Communicatie en inhoud



Communicatie en vorm

Samenvatting

I&B Mariahoeve

Het project I&B Mariahoeve bestaat uit drie onderdelen: de onderzoeksfase, de branding en de fase van agenda toekomstvisie. Dit rapport vormt deze agenda toekomstvisie en formuleert op basis van het resultaat van het hele project een samenhangende visie op de gewenste ontwikkelingsrichting van de wijk.

Ontwikkelingsrichtingen

De beschrijving van twee tegengestelde 'ontwikkelingsrichtingen' geeft zicht op de voor- en nadelen van de scenario's voor volledige consolidatie en volledige transformatie. Vervolgens worden het doel en instrumentarium van de gewenste ontwikkelingsrichting benoemd. Ontwikkeling van de wijk vanuit de identiteit van het gebied: *Mariahoeve* = *Mariahoeve*.

Mariahoeve = Mariahoeve

Een geprofileerd Mariahoeve betekent een meerwaarde voor de stad. Het doel is gericht op het behoud van karakter, waardeontwikkeling, versterking van identiteit en verlenen van betekenis, het bieden van ruimte voor ontwikkeling en het (beter) benutten van marktwaardering. Mariahoeve ontwikkelen vanuit haar identiteit leidt tot een aantrekkelijk, herkenbaar woonmilieu binnen Den Haag voor verschillende groepen.

De gezamenlijke ervaring van kwaliteiten van de wijk vormt de bindende factor tussen bewoners, ondernemers en andere betrokkenen in de wijk. Aantrekken van doelgroepen met een specifieke voorkeur voor de kwaliteiten van de wijk zorgt voor behoud van deze kwaliteiten.

Profilering van een wijk vraagt om keuzes en een geleidelijke transformatie vanuit een samenhangende visie op de toekomst.

Inhoudelijke thema's

De inhoudelijke thema's van de *agenda toekomstvisie* benoemen de rode draad en hoofdlijnen van de ontwikkelingsrichting. Ze zijn aangegeven naar de werkvelden; woningaanbod, ruimtelijke structuur + openbare ruimte, sociaal beheer + leefbaarheid, locatieontwikkeling + planvorming en communicatie. Daarbij wordt verwezen naar zowel de gebiedsthema's (resultaat onderzoeksfase) en de kernwaarden (resultaat branding) als de benoemde projecten uit de workshops van de fase toekomstvisie. De benoemde thema's moeten in hun onderlinge wisselwerking en samenhang worden beschouwd. Het vormen aspecten, die alle op zich bijdragen aan een versterking van de gebiedsidentiteit, verhoging omgevingskwaliteit en waardeontwikkeling van de wijk.

Groen, ruim, rustig en veilig

De toekomst van de parkwijk moet de ruimtelijk fysieke kwaliteiten optimaal benutten in het aantrekken van geïnteresseerde doelgroepen. Nieuwbouw moet gemotiveerde klantgroepen aanspreken vanuit de unique selling points van de wijk 'groen, ruim en rustig wonen in de stad'. De sleutel tot waardebehoud en ontwikkeling van de wijk ligt in de positieve keuze die bewoners maken om er te blijven of gaan wonen.

Comfortabel wonen

Het 'wooncomfort' uit de beginperiode van de wijk moet herijkt worden naar hedendaagse maatstaven. Strategisch voorraadbeleid moet de richting kiezen in de benodigde standaardkwaliteit en waar nodig een 'upgrade' uitvoeren. Nieuwe woningbouw kan de nieuwe standaard zetten en icoon vormen van hedendaags wooncomfort. Dit zal sterk bijdragen aan verbetering van het imago van Mariahoeve als kwalitatief woongebied, waar men comfortabel woont.

Wooncarrière en aanbodvariatie

Wooncarrière binnen de wijk wordt mogelijk door inventarisatie van de vraag binnen de wijk en deze bedienen door kwalitatieve vernieuwing, vervanging en uitbreiding van het woningbestand. Aanbod dat woontechnisch (woninggrootte, comfort) aansluit bij de wensen van doorstromers of starters leidt tot behoud van mensen die een positieve keuze voor Mariahoeve maken en daarmee tot behoud van het sociaal kapitaal van de wijk en reproductie van haar identiteit.

Woningaanbod en woonomgeving

De match tussen het aanbod (woonomgeving en identiteit wijk) en de vraag (regionale woningmarkt) wordt niet geoptimaliseerd. Vanuit de kernkarakteristiek van de wijk en inzicht in de 'woonvraag' van passende klantgroepen kan een divers woningaanbod (naar woningtype, prijs, stijl en beheervorm) worden ontwikkeld, dat op zich de identiteit van Mariahoeve weer versterkt. Instroom in de vrije sector als sturingsinstrument in de bevolkingsopbouw.

Betekenis buurtconcept

Een revisie van (de betekenis van) het buurtconcept vraagt strategische keuzes. De vraag en voorkeuren van de huidige buurtbewoners, status en inrichting van de open ruimtes en (her)bestemming van buurtcentra spelen hierin een rol. Twee benaderingen zijn mogelijk; een 'community' gebaseerde benadering met nieuwe sociale relaties op buurniveau en specifieke voorzieningen per buurt. Een zuiver ruimtelijke benadering laat de voormalige betekenis van de buurt als directe woonomgeving 'los', maar heeft mogelijk functionele waarde (buurt als beheereenheid).

Beheervormen collectieve ruimte

Er moeten (nieuwe) vormen van beheer ingezet worden gericht op een duidelijke

status van (semi-)collectieve ruimten. Aansluiting van woningtype, beheervorm en inrichting van directe woonomgeving op wensen van bewoners is essentieel voor het woongenot.

Rust en ontspanning

Wonen in een parkwijk is tevens ontspanning. De publieke, groene ruimtes kunnen worden benut als drager van zowel rust als vormen van recreatie. Het activeren van intensiever gebruik en passende activiteiten verhoogt de kwaliteit van het woonmilieu.

Vraagbegeleiding

Door middel van betere afstemming van vraag en aanbod in de sociale huursector kunnen mensen attent worden gemaakt op het type wijk of woonomgeving, waar ze voor kiezen. Deze vraagbegeleiding kan plaatsvinden in samenwerking met bewonerscollectieven op verschillend niveau (portiek, gebouw en wijk).

Cultuuroverdracht

Om de cultuuroverdracht te bewerkstelligen moet ondersteuning en handhaving plaatsvinden. Er kunnen regels worden gesteld en middelen aan bewoners(-groepen) worden toegekend voor handhaving.

Organiserend vermogen

De 'bindende' werking van de gedeelde verbeteringsdrang die onder bewoners en betrokkenen leeft, biedt perspectief voor versterking van het lokaal samenlevingscollectief. Het biedt ruimte voor nieuw initiatief in inrichting en beheer van semi-publieke ruimten en initiatieven voor uitvoering van gezamenlijke projecten; bijv rond 'Mariahoeve 50 jaar' in 2008.

Internationale 'melange'

Het internationaal karakter van Mariahoeve sluit aan op de stedelijke ambitie van Den Haag. De nabijheid van internationale ondernemingen vormt een positieve aantrekkingsfactor voor vestiging in het woonmilieu van Mariahoeve.

Hart van Mariahoeve

Zowel programmatisch, ruimtelijk als kwalitatief is de revisie van het hart van de wijk rond park De Horst van belang in de gebiedsontwikkeling. Dit gebied speelt in meerdere opzichten een centrale rol in de upgrading van de wijk.

Verdichting in het Groen?

Toevoeging van woningaanbod geeft mogelijkheden tot versterking en profilering van het woonmilieu Mariahoeve, bekrachtiging van Mariahoeve als wijk van Den Haag, verhoging draagvlak voor specifieke voorzieningen, wooncarrière en wijzigingen in verhouding bevolkingsopbouw.

Zorgvuldige architectuur

Bij locatieontwikkeling is zorgvuldige, locatiegevoelige architectuur gewenst; herkenbare hedendaagse architectuur gericht op aansluiting bij het bestaande, maar ook op verrijking van de variatie. Architectuur met aandacht voor de overgangen van private naar publiek-private ruimten en vormen van comfortabel wonen.

Communicatie inhoud

Belangrijk in samenwerking in gebiedsontwikkeling is het delen van informatie en visie onder partners. De wijkprofilering vraagt om coalities tussen mensen, die gezamenlijk de identiteit uitdragen en 'wijkambassadeurs', die de identiteit een duidelijk gezicht en stem geven.

Communicatie vorm

'Distinctie' verdraagt geen eenvoudige, 'luide' slogans van een generieke marketingcampagne. De wijze waarop Mariahoeve zich presenteert heeft betekenis en waarde voor de wijkontwikkeling zelf en vraagt een zorgvuldige vorm.

Procesinrichting

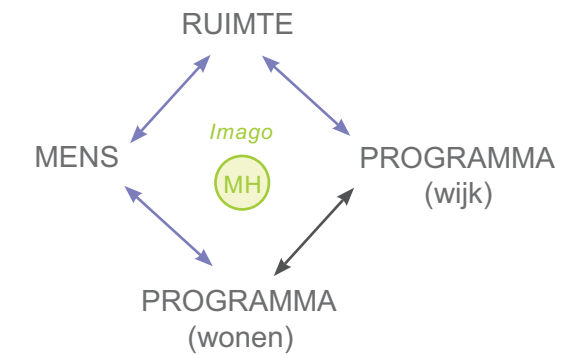
Het hoofdstuk *procesinrichting* doet een voorstel voor het vervolg op de onderdelen; documenten, procesinrichting en samenwerking. Net als de samenhang in inhoudelijke thema's ontleen deze procesaspecten hun relatie aan het ontwikkelen vanuit gebiedsidentiteit.

De belangrijkste documenten vormen het strategisch voorraadbeleid van de corporaties en een gemeentelijke ontwikkelingsvisie.

In het strategisch voorraadbeleid dient de bestaande sociale voorraad geïnventariseerd en transformatieruimte bepaald te worden evenals interesse en wensen van doelgroepen voor nieuw woningaanbod bij herontwikkeling vastgoed.

De ontwikkelingsvisie wordt gebaseerd op de agenda toekomstvisie (resultaat I&B), het strategisch voorraadbeleid, verkennend onderzoek naar ontwikkellocaties en lopende (private) ontwikkelingen in het gebied. Ze dient (mede) als basis voor het stadsdeelplan en gemeentelijk referentiekader voor concrete (plan-)ontwikkelingen.

Het proces van opstelling ontwikkelingsvisie kent diverse parallelle ontwikkelingen, die door verschillende betrokken partijen worden gestuurd. Onderlinge wisselwerking en inhoudelijke afstemming vanuit resultaat I&B is van belang. In het vervolgtraject moet een projectorganisatie vorm krijgen waarbij gebiedspartners een natuurlijke en gelijkwaardige rol krijgen rond de inhoudelijk opgaven.



proces I&B Mariahoeve en producten

Samenhang onderzoeken



Vrije harmonische compositie
in natuurlijk decor



'Ontplande stad'
ontvallen relatie sociaal & ruimtelijk patroon



Gewaardeerde woonoase
in gefragmenteerde stadscultuur



Bedreigde zekerheden
een onduidelijk toekomstperspectief



'Latente invloeden'
en markante burens

Samenhang uitkomsten onderzoeken: gebiedsthema's

I&B Mariahoeve

onderzoek, identiteit en agenda toekomstvisie

I&B Mariahoeve

Het centrale vraagstuk voor Identiteit & Branding Mariahoeve is in het plan van aanpak geformuleerd als ‘*Consolidatie of transformatie; waar en hoe?*’.

Er bestond een duidelijke notie van het unieke karakter van de wijk sinds haar realisatie en haar veranderende positie op de Haagse woningmarkt. Daarom is juist in deze fase van ontwikkeling van de wijk het onderzoek naar kwalitatieve (door)ontwikkeling vanuit identiteit relevant. Mariahoeve vraagt om herpositionering, waarbij de oorspronkelijke kwaliteiten mede leidraad zijn voor de toekomst.

Met een vanaf het plan van aanpak bijeengebrachte ‘klankbordgroep’ is een basis gelegd voor informatie uitwisseling en samenwerking tijdens het hele project. Via een startbijeenkomst in de wijk zijn de overige wijkpartners (bewonersorganisaties, scholen, kerk, welzijnsinstellingen etc) in een vroeg stadium bij de aanpak van het project betrokken en geïnformeerd.

I&B Mariahoeve bestond uit drie onderdelen: een onderzoeksfase, een branding en een fase van opstelling toekomstvisie.

De onderzoeksfase van I&B Mariahoeve heeft zich gericht op een begrip van het oorspronkelijk gedachtegoed, de ontwikkeling van de wijk en de huidige waardering door haar inwoners. Het karakter van de wijk wordt gevormd door de eigenschappen van de bevolking, de ruimtevorm en het voorzieningen en woonprogramma. In deze onderlinge relatie zijn de verschillende onderzoeken gepositioneerd; ze brengen inzicht op deelaspecten. Hun onderlinge samenwerking is beschreven met de gebiedsthema’s.

Er is in deze fase van onderzoek naar de huidige identiteit een *ruimtelijk/cultuurhistorisch onderzoek* gedaan, de *wijkeconomie en voorzieningen* zijn in kaart gebracht en er is een *woontest* gedaan onder alle huidige bewoners en een representatieve selectie regiobewoners. Ruim 1200 Mariahoevenaren hebben op deze manier hun ervaringen en wensen omtrent het wonen in Mariahoeve kenbaar gemaakt. In focusgesprekken zijn resultaten van de woontest verdiept en hebben deelnemers aan *mental mapping* gedaan. De resultaten zijn aan de wijk gepresenteerd op een wijkbrede bijeenkomst. Vervolgens is de ‘rode draad’ van de uitkomsten van de onderzoeken met input van alle onderzoekers in *gebiedsthema’s* samengevat. Deze vormen een samenhangende en verklarende analyse van de resultaten van de deelonderzoeken en het bronmateriaal voor de bepaling van de identiteit in de *branding*.



Brandsheet met kernwaarden (HBG)



Workshop Agenda Toekomstvisie

In twee *brandingsessies* zijn de kernwaarden van de wijk ‘opgehaald’. Een kernrapportage beschrijft dit proces en analyse van de uitkomsten in de vorm van kernwaarden. De kernwaarden zijn benoemd als: *distinctie, parkwijk, voor-komend, compositie en kordaat* en uitgesplitst naar een emotioneel, functioneel en ambitieniveau. Verbeeld in een brandsheet dienen deze kernwaarden als inspiratiebron en referentiekader voor toekomstplannen voor de wijk.

De conclusies van de onderzoeksfase (rapportage gebiedsthema’s) en de bepaling van de identiteit van de wijk (kernwaarden en brandsheet) vormen het resultaat van onderzoek naar en de bepaling van gebiedsidentiteit.

Het proces van I&B heeft inspiratie opgeleverd door andere vormen van werken (bewonersonderzoek, brandingsessies). Het geeft inzicht in de ontwikkeling, de huidige vraagstukken, de waarderingen voor de wijk, de kansen en aangrijpingspunten voor verandering. De kernwaarden beschrijven met name de sociale en ruimtelijke karakteristiek van de wijk, geven richting aan de uitwerking en kader voor de vorm van projecten. Het toekomstperspectief voor Mariahoeve is in de laatste fase van het project ‘agenda toekomstvisie’ op de brede basis van alle resultaten van I&B bepaald. Een visie vraagt samenhang in de bepaling van huidige vraagstukken en benodigde veranderingen (definitie opgave), te behouden en bereiken kwaliteiten (doelstelling), de benodigde programma’s op het vlak van wonen, werken en voorzieningen (definitie programma’s), prioritering en de benodigde partijen in de realisatie (samenwerking).

In deze laatste fase is de concrete doorwerking van het resultaat van de onderzoeken en branding in een drietal workshops onderzocht om zo de (inhoudelijke agenda voor de) toekomstvisie te kunnen bepalen. Een compacte ‘initiatiefgroep’ heeft dit begeleid.

In de workshops zijn de lopende projecten en nieuwe ideeën in samenhang met de gevonden identiteit beschouwd. Hiervan is een overzicht gegeven in de vorm van een werkboek. (Zie: ‘resultaat workshops, agenda toekomstvisie’, WSA, juni 2006)

De inhoudelijke analyse van deze workshops is met de klankbordgroep besproken als input voor de belangrijkste thema’s van de toekomstvisie.

Dit rapport vormt de ‘*Agenda Toekomstvisie Mariahoeve*’, zowel op inhoudelijke aspecten, in de vorm van thema’s die aan de orde moeten komen, als in een voorstel voor de inrichting van het proces.

Het is gebaseerd op alle voorgaande resultaten van het project I&B Mariahoeve. Deze agenda geeft inhoudelijk richting aan een toekomstvisie vanuit de identiteit van de wijk en strategisch kader voor de beslissingen die hiervoor op verschillende terreinen moeten worden genomen.

Zie bijlagen voor:

1. brandsheet
2. procesbeschrijving I&B Mariahoeve

Zie ook: www.identiteitenbranding.nl/mariahoeve

Hoe behoudt Mariahoeve haar kwaliteit binnen de veranderende stedelijke / maatschappelijke context?



Periferie Barcelona



Mariahoeve 2006



Woningbouw Berlijn

Ontwikkelingsrichtingen

De probleemstelling die aan het project I&B Mariahoeve ten grondslag heeft gelegen luidde:

Hoe behoudt de wijk haar kwaliteiten binnen de veranderende stedelijk/maatschappelijke context?

Meer concreet is de nevenvraag gesteld:
'consolidatie of transformatie; waar en hoe?'

Om de richting van de toekomstvisie meer scherp te geven zijn deze 'mogelijke ontwikkelingsrichtingen' van consolidatie en transformatie in hun meest zuivere vorm nader beschouwd op hun effecten op de wijk.

Uiteraard moeten deze richtingen als fictieve toekomstverkenning worden gezien. Het gaat hier om een overdenking van de effecten op de kwaliteit van de wijk. Wellicht juist om duidelijk te stellen wat we niet moeten doen.

Het is echter wel degelijk denkbaar dat in specifieke delen van Mariahoeve deze ontwikkelingsrichtingen bewust gevolgd worden vanuit de toekomstvisie.

Ontwikkelingsrichting consolideren



Woningvoorraad, stedelijk programma en bevolkingsopbouw hangen onderling samen.

Consolidatie in fysieke zin heeft directe gevolgen voor mogelijkheden woningprogramma, de ontwikkeling bevolkingsopbouw en het functioneren van (commerciële) voorzieningen in de wijk. Consolidatie in sociale zin is onmogelijk gelet op het hoge aanbod sociale huur en consolidatie gericht op programma hangt sterk samen met ontwikkeling van behoefte en vraag van aanwezige bevolkingsgroepen; beide zijn daarmee moeilijk haalbaar.

Het volgende scenario tekent zich af:

Mariahoeve wordt een 'sleetse' wijk voor een 'achtergebleven' minderheid van autochtone ouderen van het 1e uur en een stedelijke groep allochtonen, die qua woonmilieuvoorkeur en leefstijl weinig met het gebied op heeft. Een verdere 'verarming' en 'verkleuring' van commerciële voorzieningen ligt voor de hand. Hierdoor zullen verschillende groepen weinig identificatie met de eigen woonomgeving hebben. Het proces van 'onthechting' van sociale en ruimtelijke structuur zal zich verder doorzetten, waarmee de ooit zo geroemde kwaliteit van het wonen in Mariahoeve niet langer ervaren wordt en de kernkwaliteiten: 'groen, ruim en rustig' onbenut blijven.

Een voordeel van consolidatie lijkt te liggen in het beschikbaar houden van een groot areaal sociale huurwoningen, terwijl dit door herstructurering elders in de stad slinkt. Dit legt meteen de achilleshiel van Mariahoeve bloot.

Deze ontwikkelingsrichting kent weliswaar op korte termijn een laag investeringsniveau, maar zal op langere termijn tot aanzienlijk hogere investeringen leiden vanwege de onomkeerbaarheid van processen en de omvang ervan.

Meerdere na-oorlogse woongebieden hebben een dergelijk ontwikkelingsproces doorgemaakt. In enkele is hierin de aanleiding gezien voor grootschalige sloop/nieuwbouw als remedie tegen de uiteindelijke effecten ervan. Als Mariahoeve zich langs deze lijn ontwikkelt zet het haar eigen, oorspronkelijke kwaliteiten nog verder op het spel.

VOORDELEN

1. Laag investeringsniveau
2. Behoud omvang aanbod sociale huur
3. Behoud unieke ruimtelijke structuur van de wijk

NADELEN

1. Vergrijzing topt af, maar 55+ blijft majeure groep met laag bestedingspatroon
2. Beperkt voorzieningenniveau wijk verder onder druk
3. Blijvende, (toenemende?) instroom breed stedelijk publiek sociale huur
4. Blijvende uitstroom draagkrachtige bewoners
5. Voortgaande veroudering woningvoorraad (woon- en bouwtechnisch)
6. Geen 'ruimte' voor woontechnische vernieuwing; geen wooncarrière mogelijk
7. Toename kloof ruimtelijke en sociale kwaliteit
8. Onbenut potentieel waardering woonomgeving 'groen, ruim, rustig'

Ontwikkelingsrichting transformeren



Eigendom corporaties

De stad transformeert altijd, alleen de mate waarin verschilt.

De belangrijkste 'transformatieruimtes' van de wijk liggen in (1) corporatiebezit, (2) voorzieningen in de wijk en (3) 'status' en beheer van openbare/ collectieve ruimte. Het kaartje toont aan, dat de sociale woningbouw circa de helft van de totale woningvoorraad in de wijk vormt.

Transformatie in fysieke zin heeft directe gevolgen voor mogelijkheden van woningprogramma, de ontwikkeling van de bevolkingsopbouw in de wijk en het functioneren van (commerciële) voorzieningen in de wijk. Transformatie in sociale zin is reeds een realiteit vanwege het hoge aanbod sociale huur en - hieraan gerelateerd - de transformatie van stedelijk programma. Een fysieke transformatie is dus gericht op een ander woningaanbod en draagvlak voor voorzieningen in aansluiting op de aanwezige vraag. Het volgende 'worst case' scenario dreigt:

Mariahoeve verandert in een gemiddelde wijk met een menging van laag en middelhoogbouw. De sterke kwaliteiten van de continue, groene ruimte in de wijk zijn 'verpest' door een ongerichte privatisering van de ruimte. De kwetsbare groep ouderen, die nu juist de karakteristiek van Mariahoeve waardeerde is vanwege de herstructurering gedwongen vertrokken. De nieuwkomers zien geen voordeel in het wonen in Mariahoeve ten opzichte van de Vinx en vormen door mobiel bestedingsgedrag geen versterking voor het draagvlak voor voorzieningen in de wijk. De laatste voorzieningen gericht op de lokale samenleving zijn niet langer rendabel vanwege afgenomen vraag. Mariahoeve is fysiek zo sterk veranderd, dat de oorspronkelijke ruimtelijke opzet alleen nog op oude ansichtkaarten te herkennen is.

Totale transformatie van het corporatiebezit zet druk op de karakteristieke, ruimtelijke kwaliteit van de wijk; de sterkst gewaardeerde drager van de identiteit Mariahoeve.

VOORDELEN

- Vernieuwing woningvoorraad (woon- en bouwtechnisch)
- Wooncarrière en instroom middengroepen via (nieuw) woningaanbod
- Beperking van brede instroom stedelijk publiek zonder gerichte keuze voor het gebied
- Draagvlak en upgradering buurtcentra
- Hernieuwde aansluiting mogelijk ruimtelijke en sociale kwaliteit Mariahoeve

NADELEN

- Transformatie 50% sociale huur geeft groot afbreukrisico op (ruimtelijke) identiteit
- Herhuisvesting van kwetsbare groep 'ouderen'
- Stedelijk gezien beperking aanbod sociale huursector

Transformatie in fysieke zin moet daarom genuanceerd worden gezien vanuit het middel (renovatie, sloop/ nieuwbouw), omvang en plaats in relatie met de aanwezige fysieke context. Een gerichte transformatie van de woningvoorraad kan juist een gesteld doel in bevolkingsopbouw haalbaar maken als basis voor goed functioneren van voorzieningen in de wijk. De omgevingskwaliteit is een belangrijk aangrijpingspunt voor een passende en geleidelijke transformatie.

De centrale toekomstvisie vanuit I&B kan als volgt luiden:

Een geprofileerd Mariahoeve biedt woonkwaliteit voor verschillende groepen en meerwaarde voor de stad



Mariahoeve = Mariahoeve

Ontwikkelen van(uit) gebiedsidentiteit

De meest wenselijke ontwikkelingsrichting van de wijk is gebaseerd op een gebiedsintegere benadering vanuit de identiteit van de wijk.

Mariahoeve moet haar positie herijken als hedendaags onderscheidende wijk, binnen het aanbod woonmilieus van Den Haag. De geleidelijke transformatie van de wijk moet uitgaan van een samenhangend, gebiedsinteger en hernieuwd toekomstperspectief voor de wijk.

Er zijn belangrijke aanleidingen om gericht ingrepen te doen op het vlak van de woonkwaliteit in samenhang met (potentiële) bewonersgroepen. Aantrekken van doelgroepen met een specifieke voorkeur voor de kwaliteiten van de wijk, waarborgt behoud van deze kwaliteiten.

Een verhoging van het wooncomfort, een versterking van de identiteit van de woonomgeving en (ontwikkeling van) specifieke voorzieningen vanuit haar identiteit kunnen het imago van de wijk positief beïnvloeden. Dit heeft effect op het animo voor het wonen in Mariahoeve, maar versterkt ook het bewustzijn van kwaliteit bij de bewoners zelf.

Het houdt geenszins een autonome ontwikkeling van de wijk in; Mariahoeve is en blijft een Haagse wijk. Het profileren van Mariahoeve vanuit haar identiteit, hoeft de gewenste of noodzakelijke, stedelijke ontwikkelingen ook niet in de weg te staan. Het woningaanbod in de wijk kan een evenredig aandeel (blijven) nemen in aanbod sociale huur of een verdichtingsopgave voor de stad.

Mariahoeve ontwikkelen vanuit haar identiteit leidt tot een aantrekkelijk, herkenbaar woonmilieu binnen Den Haag voor verschillende groepen. De gezamenlijk ervaren kwaliteit van de wijk vormt de bindende factor tussen bewoners van Mariahoeve. Deze 'binding' ligt in hun positieve keuze voor de kernwaarden van de wijk en 'groen, ruim, rustig en veilig' wonen in een zowel ruimtelijk als sociaal onderscheidende omgeving.

Profilering van een wijk vraagt om keuzes. De identiteit van de wijk zal sommige mensen aanspreken en anderen niet. Het is echter gericht op het bieden van keuzevrijheid en een bovengemiddelde kwaliteit voor (potentiële) bewoners en niet op uitsluiting op de woningmarkt.

Gezien de huidige, relatief hoge waardering van bewoners voor Mariahoeve heeft deze wijk iets speciaals te bieden en is een geprofileerd Mariahoeve een duidelijke meerwaarde voor de stad.

Doel *Mariahoeve* = *Mariahoeve*

1. Behoud van het unieke karakter van een bijzonder stedelijk woongebied. Niet alleen binnen Den Haag, maar ook binnen alle Nederlandse, na-oorlogse stedelijke uitbreidingswijken.
2. Waardeontwikkeling zowel sociaal (verhoging woongenot) als (uiteindelijk) economisch door (positieve) beïnvloeding imago en aantrekkelijkheid als vestigingsplaats voor potentiële bewoners.
3. Het opnieuw betekenis verlenen en vitaliseren van een succesvol toekomstperspectief.
4. De versterking van de identiteit van Mariahoeve en profilering wijk vanuit kernwaarden door ontwikkeling in aansluiting hierop.
5. Bieden van ruimte voor ontwikkeling vanuit een dynamische opvatting van cultuurgood en gericht op een geleidelijke vernieuwing.
6. Optimaal benutten van de (markt-)waardering voor een 'groen, ruim, rustig en veilig' woonmilieu binnen Den Haag.

Instrumentarium *Mariahoeve* = *Mariahoeve*

- Bestaande structuur van de wijk en **dragers identiteit handhaven** en versterken
- **Respectvol vernieuwen** en invoegen van nieuwe onderdelen
- **Transformatie** van minder essentiële onderdelen
- Aanpak en **upgrade** van woontechnisch verouderde sociale voorraad
- **Ruimte zoeken** en bieden voor nieuwe (woon-)programma's
- Bieden van **wooncarrière** (behoud sociale 'binding' met wijk)
- **Herijken idee van bevolkingsmix**; ruimte voor verjonging en vernieuwing
- **Doorbreken te snelle instroom** nieuwkomers zonder gerichte keuze voor gebied
- **Versterken draagvlak** (elementaire) voorzieningen
- **Transformatie wijkvoorzieningen** naar hedendaagse behoeften
- Aandacht en **zorg voor ouderen** als kwetsbare en karakteristieke groep
- Vitaliseren **coalities** in het werken aan het gebied vanuit identiteit

Inhoudelijke thema's

Ontwikkelen van(uit) gebiedsidentiteit

Hier wordt een aanzet voor de uitwerking van de ontwikkelingsrichting 'Mariahoeve = Mariahoeve' ofwel de ontwikkeling van(uit) de gebiedsidentiteit gegeven.

Deze ontwikkelingsrichting is uitgewerkt naar een aantal thema's binnen inhoudelijke werkvelden:

- Woningaanbod
- Ruimtelijke structuur + openbare ruimte
- Sociaal beheer + leefbaarheid
- Locatieontwikkeling + planvorming
- Communicatie

De inhoudelijke thema's kunnen worden beschouwd als de belangrijkste rode draad en hoofdlijnen voor de toekomst- of ontwikkelingsvisie.

Op de linkerpagina's zijn de thema's beschreven vanuit:

- (1) een korte beschrijving van de inhoudelijke opbrengst I&B (cursieve teksten)
- (2) een inhoudelijke uitwerking als uitgangspunt voor de toekomstvisie.

Op de rechterpagina's zijn referentiebeelden gekozen.

Per thema zijn de gerelateerde gebiedsthema's (resultaat onderzoeken I&B) en kernwaarden (resultaten branding) aangegeven, evenals de gerelateerde projecten en ideeën, zoals voortgekomen uit de workshops.

(zie rapportage: 'Resultaat workshops, agenda toekomstvisie' (WSA, juni 2006).

Hiermee zijn de thema's verankerd in zowel het project I&B als in de lopende projecten van betrokken partijen.

De thema's moeten eerder in hun onderlinge wisselwerking worden beschouwd dan per afzonderlijk werkveld. Immers ook als mensen een keuze maken voor een woongebied kiezen zij voor het 'totale woonpakket' en niet slechts voor een onderdeel daarvan. De gebiedsidentiteit ligt juist besloten in de samenhang van verschillende aspecten, die elkaar versterken.

Dit aspect van het werken vanuit inhoudelijke samenhang als leidend principe zal ook in het procesvoorstel aan de orde komen.

In de gewenste ontwikkelingsrichting van het gebied moet iedere partij positie bepalen. De thema's die hier aan de orde gesteld worden geven aanleiding te bekijken hoe deze het eigen programma kunnen sturen.

De wijk heeft juist in haar ruimtelijke opzet een dominante structuur met sterke dragers, die door verschillende groepen om uiteenlopende redenen worden gewaardeerd.

De toekomst van de parkwijk moet de ruimtelijk fysieke kwaliteiten optimaal benutten in het aantrekken van geïnteresseerde doelgroepen; richt nieuwbouw op gemotiveerde klantgroepen voor 'groen, ruim en rustig wonen in de stad'.

Deze waarden vormen de 'Unique Selling Points' van Mariahoeve.

De sleutel tot waardebehoud en ontwikkeling van de wijk ligt in de positieve keuze die bewoners maken om er te blijven of te (gaan) wonen.

Groen, ruim, rustig en veilig

Parkwijk – Gewaardeerde Woonoase – Vrije, harmonische compositie

Groen, ruim en rustig ID21 ID37 ID39

Oorspronkelijk vormde het woningaanbod een hoge standaard in wooncomfort. Mariahoeve bood geavanceerde woonkwaliteit. Nu is deze, nog grotendeels uit de beginperiode stammende voorraad, woontechnisch sterk verouderd geraakt.

Het 'comfort' van het wonen zelf moet een duidelijke herijking krijgen naar hedendaagse maatstaven. Strategisch voorraadbeleid moet een duidelijke richting kiezen in de benodigde standaardkwaliteit en daar waar nodig een 'upgrade' uitvoeren.

Nieuwe woningbouwprojecten kunnen een nieuwe standaard zetten en als icoon van hedendaags comfort werken. Dit zal sterk bijdragen aan het vernieuwd imago van Mariahoeve als kwalitatief bijzonder woongebied, waar men comfortabel (en luxe) woont.

Comfortabel wonen

Distinctie – Gewaardeerde woonoase



Comfortabel Wonen ID17 P44 P48

Van de totale woningvoorraad is 50% sociale huur, die verouderd raakt en grotendeels uit kleine woningen bestaat. De wijk is vergrijsd door de stabiele, verouderde bevolking en raakt 'verkleurd' door de recente instroom. De woonomgeving wordt echter door verschillende groepen bovengemiddeld gewaardeerd. Gedwongen vertrek vanwege ontoereikend woningaanbod verzwakt de gehele belevingskwaliteit en het profiel van de wijk.

Inventariseer en bedien de interne vraag binnen de wijk naar wooncarrière door kwalitatieve vernieuwing, vervanging en uitbreiding van het woningbestand in de wijk. Behoud op deze manier mensen voor de wijk, die een positieve keuze voor Mariahoeve maken. Aanbod dat woontechnisch (woninggrootte, comfort) aansluit bij de wensen van 'doorstromers' of starters leidt tot behoud van het sociaal kapitaal van de wijk en reproductie van haar identiteit.

Wooncarrière en aanbodvariatie

Compositie - Harmonische compositie - Gewaardeerde woonoase

Wooncarrière ID18 ID17 ID37 ID20 P40 P44 P48

Woonomgevingen 'groen, ruim en rustig' binnen de stad worden hogelijk gewaardeerd. Toch laat de bevolkingsontwikkeling van Mariahoeve duidelijk zien dat de sociaal-economische situatie in de wijk achteruitgaat.

De match tussen het aanbod (woonomgeving en identiteit wijk) en de vraag (regionale woningmarkt) wordt niet geoptimaliseerd. Hierdoor komt op termijn zowel de sociale als de fysieke structuur van de hele wijk steeds sterker onder druk te staan.

Een betere afstemming van het woningbouwaanbod (huidig en nieuw) op de interne/externe vraag heeft als voordeel dat er een nieuw evenwicht in bevolkingsopbouw kan ontstaan als draagvlak voor bijpassend voorzieningenaanbod. Het bieden van mogelijkheden voor wooncarrière in de wijk, zorgt ervoor dat bewoners voor de wijk kunnen blijven kiezen.

Mariahoeve moet haar bijdrage leveren in stedelijk kwantitatieve opgaven, maar wel passend binnen haar profiel. Sturing in de bevolkingsopbouw verloopt ook via instroom (nieuwkomers) in de vrije sector.

Ontwikkel vanuit de kernkarakteristiek en inzicht in de 'woonvraag' van passende klantgroepen een divers aanbod (naar woningtype, prijs, stijl en beheervorm) dat op zich de identiteit van Mariahoeve weer versterkt.

Woningaanbod en woonomgeving

Parkwijk / distinctie – Gewaardeerde woonoase - Harmonische compositie

Optimaliseren ID18 ID17 ID37 ID20 P40 ID23 ID22
Karakteristiek woningaanbod ID18 ID17 ID37 ID20 ID30 P43

Het buurtconcept is in verval geraakt.

Voorzieningen in de directe woonomgeving zijn verschaald door toenemende mobiliteit van bewoners, terwijl de 'minder mobiele', oudere bewoner hier veelal wel op aangewezen blijft. De ruimtelijke compositie van de buurt sluit niet meer aan op de beleving van een gedeelde, 'sociale ruimte', maar bepaalt nog wel de ruimtelijke ervaring.

Een revisie van de betekenis van het buurtconcept vraagt strategische keuzes. De aspecten, die hierin een rol spelen zijn: de vraag en voorkeuren van de buurtbewoners, vastgoedposities en gemeenschappelijke visievorming, de 'status' en inrichting van de open ruimtes, (her)bestemming van buurtcentra.

Twee benaderingen zijn mogelijk:

- (1) Een 'community' gebaseerde benadering kan nieuwe, onderlinge sociale relaties op buurniveau brengen. De bestaande ruimtelijke herkenbaarheid van de buurt kan zo door een nieuwe sociale 'samenhang' en gebruiksvorm opnieuw betekenis krijgen. Gericht woningaanbod, collectivisering van de publieke ruimte en 'passende' voorzieningen in aansluiting op een leefstijlgerichte benadering of 'club-gedachte'. Synergie is mogelijk door gerichte programmering zoals: zorgvoorzieningen voor ouderen; huishoudservices voor tweeverdieners etc. Buurten kunnen zich zo onderling opnieuw profileren, maar met elkaar aansluiten bij de identiteit van de wijk.
- (2) Een zuiver ruimtelijke benadering laat de voormalige betekenis van de buurt als directe woonomgeving 'los'. Hiermee kunnen de buurtvoorzieningen plaats maken voor nieuwe doeleinden. Deze benadering heeft dan vooral functionele waarde: de buurt als beheereenheid.

Tijdelijke functies in buurtcentra (bijv woon-werken) kunnen in de overgangsfase functioneel zijn.

Betekenis buurtconcept

Harmonische compositie - 'Ontplande stad'

Betekenis buurtconcept ID18 ID 19 ID30 ID29 P47
Buurtcentra herontwikkelen ID18 ID28 ID19 ID30 ID35 P48

Het belang van subtiele verschillen en overgangen tussen publieke en private ruimten binnen de ruimtelijke opzet staat op gespannen voet met de veranderde samenleving; gebruik en beleving van de publieke ruimte. In de ontwerpfase van de wijk is deze discussie over publieke en collectieve ruimte reeds gevoerd. In de huidige situatie vormt duidelijkheid over beheer en handhaving een belangrijke rol in (de ervaring van) woonkwaliteit door huidige bewonersgroepen.

Er moeten (nieuwe) vormen van beheer ingezet worden vanuit de gewenste status van collectieve / semi-openbare ruimten. Aansluiting van het woningtypeaanbod, de beheervorm en inrichting van directe woonomgeving op de wensen van bewoners is essentieel voor het woongenot.

Collectivisering van (delen van) de publieke ruimte en goed beheer kan aan de orde zijn ter ondersteuning en behoud van het groene karakter van de wijk. De parkwijk Mariahoeve heeft duidelijke vormen van beheer nodig. Dit kan een passende vorm krijgen op uiteenlopende schaalniveaus, waaronder bijvoorbeeld de buurtclusters of bepaalde wooncomplexen als herkenbare beheereenheid.

Beheervormen collectieve ruimte

Kordaat – Bedreigde zekerheden – Harmonische compositie - 'Ontplande stad'

Beheervorm collectieve ruimte P08 ID30 P41 ID36

Bewonersgroepen geven verschillende betekenissen aan de groene, publieke ruimte.

Wonen in de parkwijk is tevens ontspanning.

De publieke, groene ruimtes kunnen worden benut als nieuwe drager van zowel rust als vormen van recreatie.

Activeer (tijdelijk) gebruik en passende activiteiten als verhoging van de kwaliteit van het woonmilieu, de verhoging van woongenot in de wijk en als bijkomend voordeel: profilering van de wijkidentiteit.

Kleinschalige horeca die de locatiekwaliteit benut is op veel plaatsen mogelijk. Ook de aanwezigheid van grootschalige werkgelegenheid in de Schenkstrook biedt hiervoor kansen.

Een evenement kan ook een tijdelijke impuls voor lokale ondernemers geven; seizoensgebonden activiteiten kunnen een gevarieerde 'seizoenseconomie' stimuleren.

Bijvoorbeeld: 'Mariahoeve lente-concerten' i.s.m. Aegon; 'Engelse' zomersportdagen i.s.m. de British school.

Rust en ontspanning

Parkwijk – Gewaardeerde Woonoase – Vrije, harmonische compositie

Rust en ontspanning

ID28 ID39 ID30 ID29 P11 P43

De waardering van het wonen staat (plaatselijk) onder druk. Er is sprake van een instroom van bewoners zonder gerichte keuzemotivaties voor de woonomgeving. Mariahoeve dreigt een stadswijk met hoge verhuismobiliteit en lage sociale binding te worden.

Door middel van 'vraag- en aanbodbegeleiding' van woningzoekenden in de sociale huursector, kunnen mensen attent worden gemaakt op het type wijk of woonomgeving, waar ze impliciet voor hebben gekozen. Deze vraagbegeleiding van nieuwkomers kan plaatsvinden in overleg en samenwerking met bewonerscollectieven op verschillend niveau (portiek, gebouw en wijk).

De versterking van bewuste keuzes voor de woonomgeving door de klant is hierin het belangrijkste. Dit vraagt het uitdragen en communiceren van de identiteit van de wijk en haar woonomgeving als aanbod aan de klant.

Vraagbegeleiding

Ontplande stad – Bedreigde zekerheden



Vraagbegeleiding ID23 P09 ID21 ID22 ID20 ID37

De contacten van bewoners onderling en het samenleven; problemen van vervreemding en ontvlechting; zijn de belangrijkste oorzaken van het gevoel van achteruitgang in de wijk. De 'cultuuroverdracht' binnen de wijk moet worden vormgegeven en gehandhaafd. De oorspronkelijke 'emanciperende' werking van het kunnen gaan wonen in deze kwalitatieve wijk, zoals actief in de beginperiode, functioneert niet vanzelfsprekend.

Om de cultuuroverdracht te bewerkstelligen moet ondersteuning en handhaving plaatsvinden. Er kunnen gezamenlijk regels worden opgesteld en middelen aan bewoners(-groepen) worden toegekend voor handhaving. Als er ruimte is voor een gerichte klantbenadering op complexniveau, waarbij voorwaarden worden opgenomen en de handhaving gewaarborgd is, kan dit lokaal veel problemen van samenleven voorkomen. De specifieke, lokale kwaliteiten die de wijk te bieden heeft vormen dan de basis voor het stimuleren van bewuste keuzes bij klanten en een betere aansluiting op de bestaande condities.

Cultuuroverdracht

Ontplande stad – Bedreigde zekerheden



Het gedachtegoed achter de ruimtelijke en sociale vormgeving van Mariahoeve en de menging van bevolkingsgroepen is dé mogelijkheid tot hedendaagse emancipatie. Er is een groeiende 'sense of urgency' in de wijk om de woonsituatie te verbeteren.

De 'bindende' werking van deze gedeelde verbeteringsdrang biedt perspectief op versterking van het lokaal samenlevingscollectief. Het biedt ruimte voor nieuw initiatief in inrichting en beheer van semi-publieke ruimten en initiatieven voor uitvoering van projecten in de sfeer van leefbaarheid.

Benut het organiserend vermogen van burgers en instanties in de wijk, zoals (religieuze of zorg) instellingen, British school, verenigingen; maak hen 'speler' in organisatie van wijkprogramma's, voorzieningen en activiteiten. Het 'vertrouwen in de buurt' kan juist in Mariahoeve vorm krijgen.

Het evenement 'Mariahoeve 50 jaar' in 2008 kan hiervoor als pijler en focus dienen.

Organiserend vermogen

Kordaat – Bedreigde zekerheden

Organiserend vermogen P08 P41 ID24 ID15 ID38 ID33 ID36

Het aanwezige internationale karakter van de wijk is te onbekend en blijft teveel onbenut. De oorspronkelijke relatie met Scandinavisch stedenbouwkundig gedachtengoed is versleten geraakt. Er woont een aanzienlijke hoeveelheid buitenlanders in de wijk die de identiteit in de wijk mede vormen, maar te weinig het imago bepalen.

Versterk het internationaal karakter van Mariahoeve dat aansluit op de stedelijke ambitie van Den Haag. Gebruik de nabijheid van internationale ondernemingen in de Schenkstrook als positieve aantrekkingsfactor voor het woonmilieu van Mariahoeve.

Een gericht woningaanbod voor expats heeft profileringskansen en maakt de ontwikkeling van een hoger segment in Mariahoeve mogelijk. Er liggen ook kansen voor samenwerking in de ontwikkeling van specifieke voorzieningen en sociale programma's.

De 'tuin van de koningin' is de kroon op het uitdragen van dit imago van een wijk met een 'internationale melange' en allure van een hedendaagse parkwijk.



Internationale 'melange'

Parkwijk – Distinctie - Vrije, harmonische compositie-Latente invloeden

Internationale melange ID18 ID37 ID20 ID19 ID39

Een wijk met de omvang van Mariahoeve behoeft een echt hart met de bescheiden, maar verademende werking van een rustig suburbaan centrum met klasse. Het huidige park en de begrenzing ervan heeft nu niet die kwaliteit, maar wel de potentie om deze kwaliteit van een centrale ruimte voor de wijk te bieden.

In de ontwikkelingsvisie moet op zowel programmatische, ruimtelijke als kwalitatieve condities de revisie van het hart van de wijk rond park de Horst worden bepaald. De wijk heeft over een langere periode geen substantiele fysieke ontwikkeling doorgemaakt. Juist dit centraal gelegen gebied heeft mogelijkheden om hier een centrale rol in te vervullen en heeft symbolische waarde; het raakt de ontwikkeling van de wijk 'in het hart'. In meerdere opzichten kan het een centrale rol spelen in de upgradering van de wijk. Het moment en vorm van aanpak is cruciaal in de strategische visie op de ontwikkeling van de wijk.

Het gebied kan zich ontwikkelen tot een 'Central park' binnen parkwijk Mariahoeve met stijlvolle randbebouwing en een hoog serviceniveau met 'groen-stedelijke' functies (horeca, zorg, recreatie, logiesfunctie).

Hart van Mariahoeve

Hart van Mariahoeve ID18 ID39 ID30

Geen wijk is onaantastbaar. Maar Mariahoeve is wel uniek.

Elke wijk of stadsdeel zou zich moeten kunnen blijven ontwikkelen. Verdichting moet daarbij geen afbreuk doen aan de fysieke ruimtelijke kwaliteiten en identiteit van de wijk.

Toevoeging van woningaanbod geeft mogelijkheden tot versterking en profilering van het woonmilieu Mariahoeve, bekrachtiging van Mariahoeve als wijk van Den Haag, verhoging draagvlak voor specifieke voorzieningen, wooncarrière en wijzigingen in verhouding bevolkingsopbouw.

Gerichte verkenning van potentiële locaties voor verdichting in de ontwikkelingsvisie met respect voor wijkidentiteit is nodig. Het bebouwingskarakter van met name kwalitatieve meergezinsbouw in een groene setting vormt uitgangspunt. Het bieden van aanbod aan zowel starters als jonge gezinnen zou programmatisch een verrijking zijn voor het aanbod in de hele wijk. In aansluiting op het oorspronkelijk ruimtelijk concept kan verdichting van bepaalde gebieden in de ruimtelijke opzet (randen, hart van de wijk) voor diverse aspecten van de vernieuwing van de wijk een samenhangende oplossing bieden.

Verdichting in het Groen?

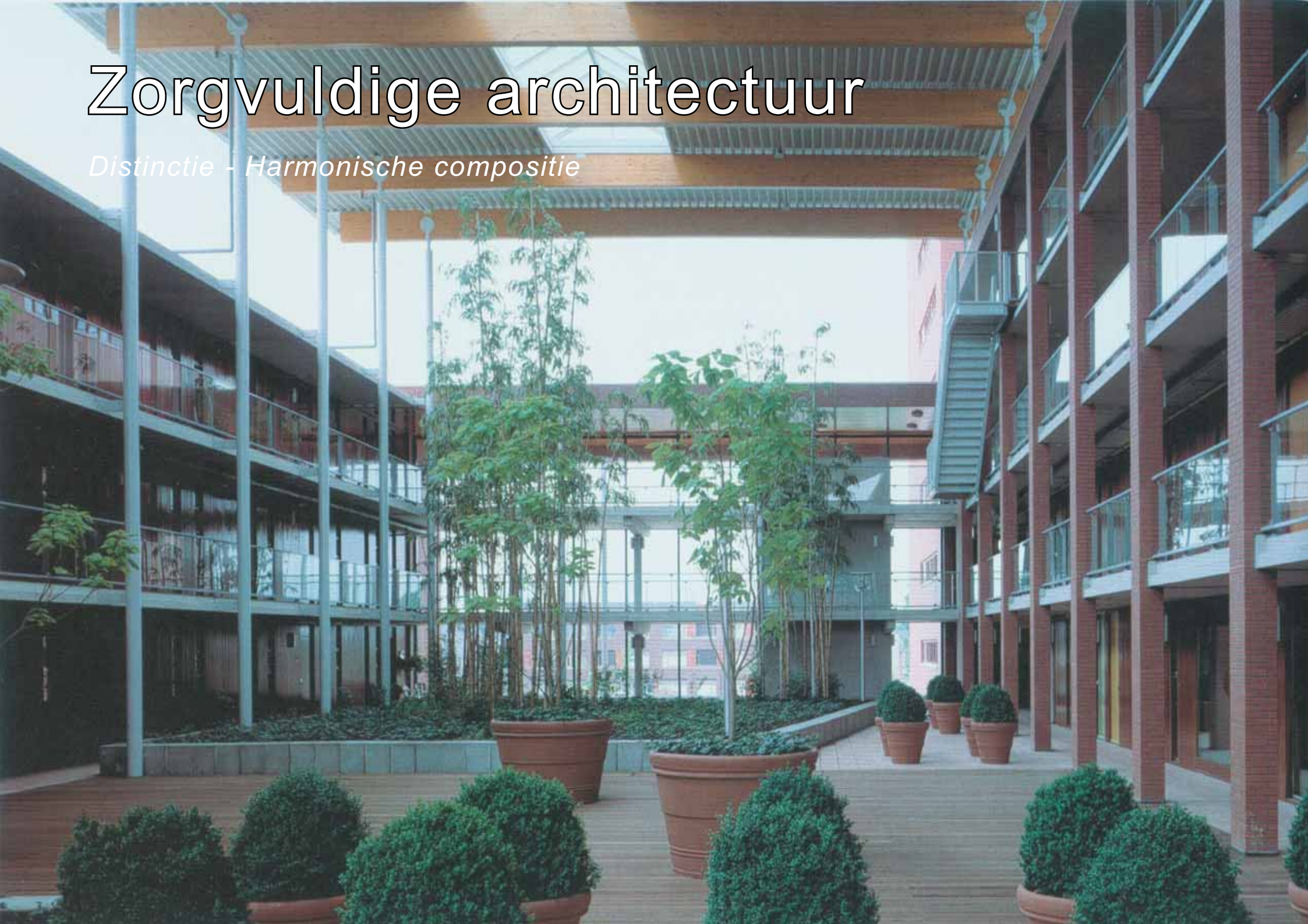
Harmonische compositie - Gewaardeerde woonoase

De ruimtelijke compositie van de wijk biedt aanknopingspunten voor hernieuwde identificatie. De oorspronkelijke architectuur is zorgvuldig ontworpen en gedetailleerd vanuit het gedachtegoed van de wijk zelf. Er is samenhang tussen structuur en detail enerzijds en de maatschappelijke betekenis van ruimtelijke vorm anderzijds.

Bij locatieontwikkeling is een zorgvuldige, locatiegevoelige architectuur gewenst; herkenbare hedendaagse architectuur binnen een geprofileerde wijk. Gericht op aansluiting bij het bestaande, maar ook op een verrijking van de variatie. Architectuur met speciale aandacht voor de overgangen van private naar de publieke ruimte. Architectuur als een vorm van compositie met allure, die het wonen in de Parkwijk een duidelijk hernieuwd gezicht geeft; architectuur vanuit een visie op comfortabel wonen.

Zorgvuldige architectuur

Distinctie - Harmonische compositie



Mariahoeve is herkenbaar, maar veelzijdig. De gebiedsidentiteit wordt door verschillende co-producenten (bewoners, bedrijfsleven, zorginstellingen etc) 'gemaakt'.

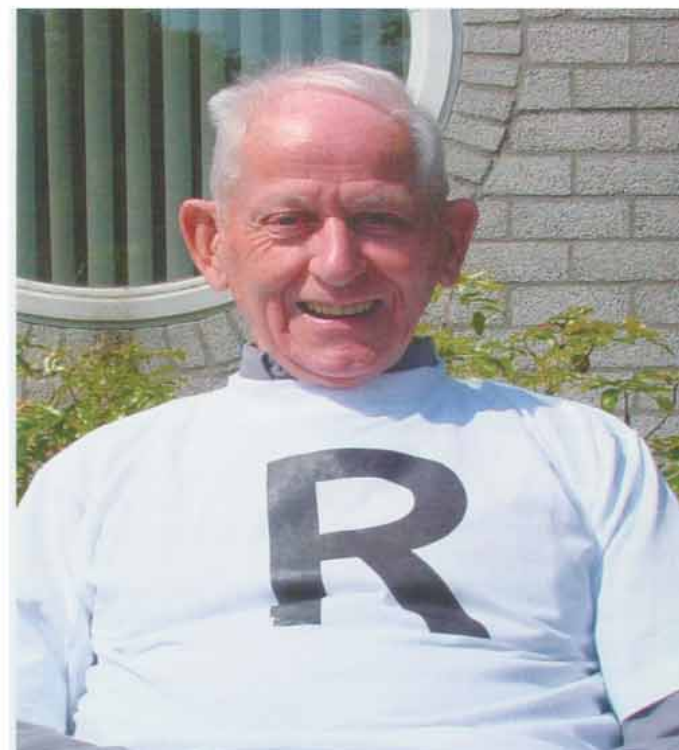
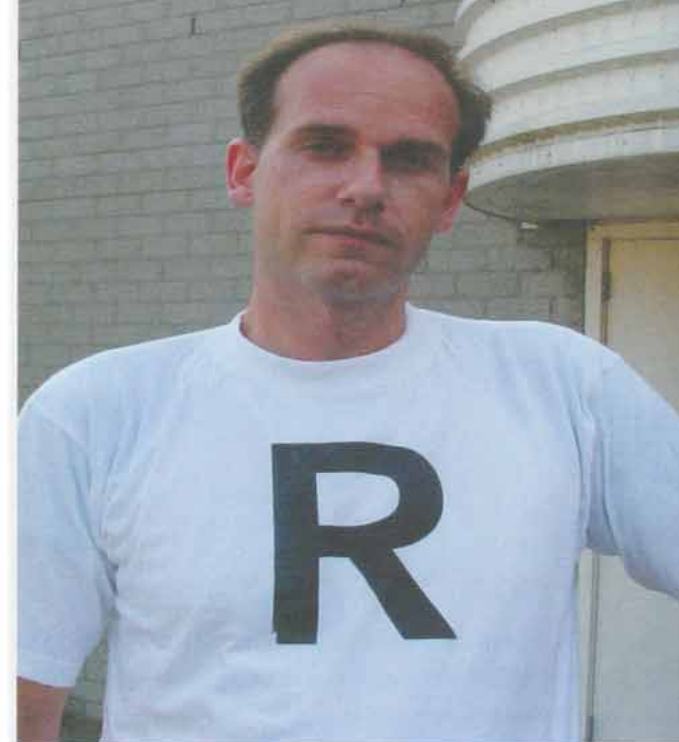
Belangrijke drager van samenwerking in gebiedsontwikkeling is het tijdig delen van informatie en visie. De intensiteit en de vorm van informatie delen is van belang in het functioneren van coalities (wijkbijeenkomst, workshops, nieuwsbrief, sessies).

De profilering van de wijk vraagt om deze nieuwe coalities tussen mensen en instellingen, die gezamenlijk de identiteit uitdragen en het profiel van de wijk versterken. Er moeten ambassadeurs gevonden worden die kunnen uitdragen wat Mariahoeve kenmerkt. Wat haar kwaliteiten zijn moet daarin centraal staan.

Evenementen kunnen worden aangegrepen voor profilering en relatievorming.

Communicatie en inhoud

Kordaat - Voorkomend



Communicatie inhoud /samenwerking ID38 ID21 ID36 ID15

Kenmerkend is de harmonische compositie in ruimtelijke en destijds ook sociale zin. Hiermee draagt een vorm ook maatschappelijke betekenis. Vorm, die aansluit bij de identiteit van de wijk is ook bij communicatie-uitingen van belang.

‘Distinctie’ verdraagt geen eenvoudige, ‘luide’ slogans van een generieke marketingcampagne.

De wijze waarop Mariahoeve ‘zich presenteert’ of naar buiten treedt heeft betekenis en waarde. De expressie van de identiteit in communicatiemiddelen is van belang; niet elke vorm past zomaar.

Communicatie als ‘stijlvorm’ draagt betekenis en vraagt daarom een passende, zorgvuldige vorm.

In succesvolle gebiedsontwikkeling is de communicatievorm een duidelijk verlengstuk van de kwaliteiten van het aanbod (woning en woonomgeving).

Communicatie en vorm

Distinctie - Voorkomend - Compositie

Residential

*M*orning coffee on your front porch. An afternoon stroll to Market Street. Family evenings in the neighborhood park.

Welcome home.

Residential Gallery

Procesinrichting

Ontwikkelen van(uit) gebiedsidentiteit

Net zoals de samenhang tussen de inhoudelijke thema's in de benoemde gebiedsidentiteit ligt, bepaalt deze ook de samenhang in het in te richten proces.

Het ontwikkelen van(uit) gebiedsidentiteit is gericht op inhoudelijke afstemming en moet de logische binding vormen voor de inhoud van eigen documenten en uitvoering projecten. Alleen dan ontstaat samenhang, synergie en onderlinge versterking van projecten.

De inrichting van het proces van de toekomstvisie wordt in dit hoofdstuk beschreven vanuit:

1. De op te stellen documenten
2. De samenwerking tussen betrokkenen
3. De inrichting van het proces van opstelling toekomstvisie

Documenten, samenwerking en procesinrichting vinden allen hun logica in de relatie met het ontwikkelen vanuit gebiedsidentiteit.

Documenten

De verschillende organisaties hebben een aantal documenten benoemd in relatie tot de ontwikkeling van de wijk. Deze zijn nog sterk gerelateerd aan het handelen van afzonderlijke partijen.

Voor de opstelling van een toekomstvisie vanuit I&B zijn de volgende samenhangende documenten nodig:

Strategisch voorraadbeleid corporatiebezit

Afstemming in het strategisch voorraadbeheer van betrokken corporaties als basis voor strategisch voorraadbeleid en ontwikkelingsvisie.

Ontwikkelingsvisie

Ontwikkelingsvisie op de gewenste toekomst van de wijk vanuit:

- (1) resultaten project I&B Mariahoeve; Agenda Toekomstvisie Mariahoeve
- (2) strategisch voorraadbeleid corporaties
- (3) verkennend onderzoek naar mogelijke ontwikkellocaties
- (4) inventarisatie private programma's en ontwikkelingen

De toekomst- of ontwikkelingsvisie biedt (mede) de basis voor de volgende documenten:

Stadsdeelplan

Projecten vanuit het stadsdeel met name gericht op beheer en leefbaarheid voor korte termijn (uitgangspunt vier jaar). Hier ligt een sterke relatie met projecten (beheer en leefbaarheid) van de corporaties in het gebied.

(Gemeentelijk) referentiekader

Indien de ontwikkelingsvisie door betrokken partijen als kader voor ontwikkelingen wordt onderschreven, moet het richtinggevend zijn voor gemeentelijke documenten en visiebepaling vanuit gemeentelijke instanties (bestemmingsplan, welstand / stadsstedenbouwer etc.). De gemeente c.q. DSO dient te bepalen welke documenten nodig zijn - naast de genoemde ontwikkelingsvisie - tbv referentie/beoordeling van toekomstige ontwikkelingen.

Het is van belang dat in het vervolgproces de verder op te stellen documenten inhoudelijk afgestemd worden vanuit een gedeelde visie op de ontwikkelingsrichting van de wijk en op private initiatieven.

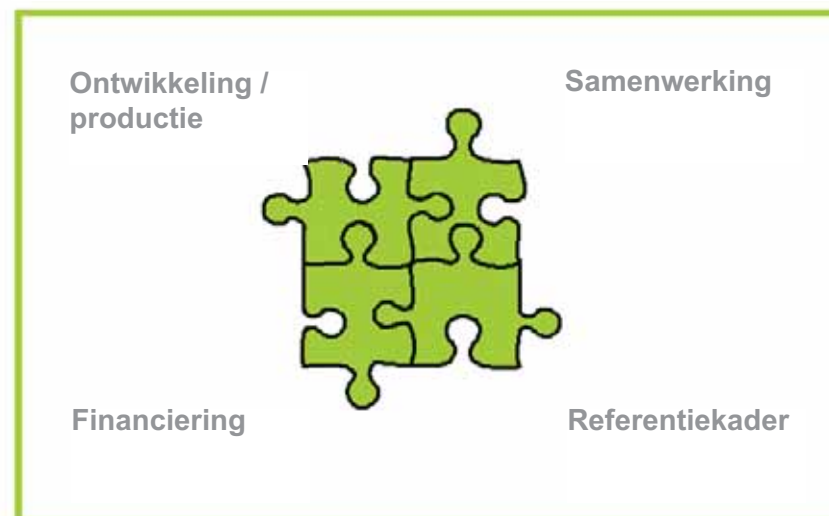
Niet het document van één partij moet centraal staan, maar de gewenste ontwikkelingsrichting van het gebied. De partijen moeten daarin hun positie bepalen en beoordelen wat hun bijdrage als co-producent kan zijn. Onderlinge afspraken over taken en rolverdeling (publiek-privaat) maken hier onderdeel van uit.

? Toekomstvisie Mariahoeve vanuit partijen



Partij	Document	Afstemming
Stadsdeel	Stadsdeelplan	
HaagWonen	Wijkprogramma	
Steedion	Wijkvisie	
Vestia	...	
Corporaties	Strategisch voorraadbeleid	
Gemeente OCW	Wijkprogr OCW	Onderdeel Stadsdeelplan
Gemeente / DSO	Gemeentelijk visiedocument	

! Toekomstvisie Mariahoeve vanuit Identiteit



Strategisch voorraadbeleid

De toekomstige transformatieruimte in de wijk wordt sterk bepaald vanuit het strategisch voorraadbeleid van de corporaties. Het is een essentiële basis voor de toekomstige ontwikkeling van de wijk. Het bepaalt zowel de ontwikkelruimte als mogelijke fasering in een ontwikkelingsstrategie. Aaneengesloten vastgoedposities binnen deelgebieden vormen aanknopingspunt voor gerichte interventie. Een inventarisatie van exploitaties bestaande sociale woningvoorraad vormt ook de basis voor afstemming lopend beheer.

Uitgangspunten

Bepaal uitgangspunten voor beheer of vernieuwing van complexen i.r.t. vastgoedwaarde, exploitatiekosten en ontwikkelpotentie (locatiekwaliteit).
Kwantificeer het benodigd aanbod sociale huisvesting binnen Mariahoeve zelf in de toekomst.

Doelgroepen

Onderzoek gericht bepaalde doelgroepen op hun interesse voor en wensen t.a.v. potentieel nieuw woningaanbod dat met de herontwikkeling tot stand kan komen. Bepaal beoogde doelgroepen naar complex.

Aanpak en planning

Bepaal op basis hiervan de soort van aanpak naar complexniveau (beheer / exploitatieperiode, sloop/nieuwbouw, diverse vormen van herontwikkeling e.d.).
Bepaal gewenste momenten van investeringen/ herontwikkeling van complexen.

In het strategisch voorraadbeleid kan de aanduiding van garantiecomplexen worden gehanteerd.



■ Staedion (1781 wo)
 ■ Haagwonen (1188 wo)
 ■ Vestia (700 wo)
 ■ Particuliere verhuur
 ■ Comb part. verhuur + eig bew.

Ontwikkelingsvisie

Een ontwikkelingsvisie op de gewenste toekomst van de wijk zal gebaseerd worden op:

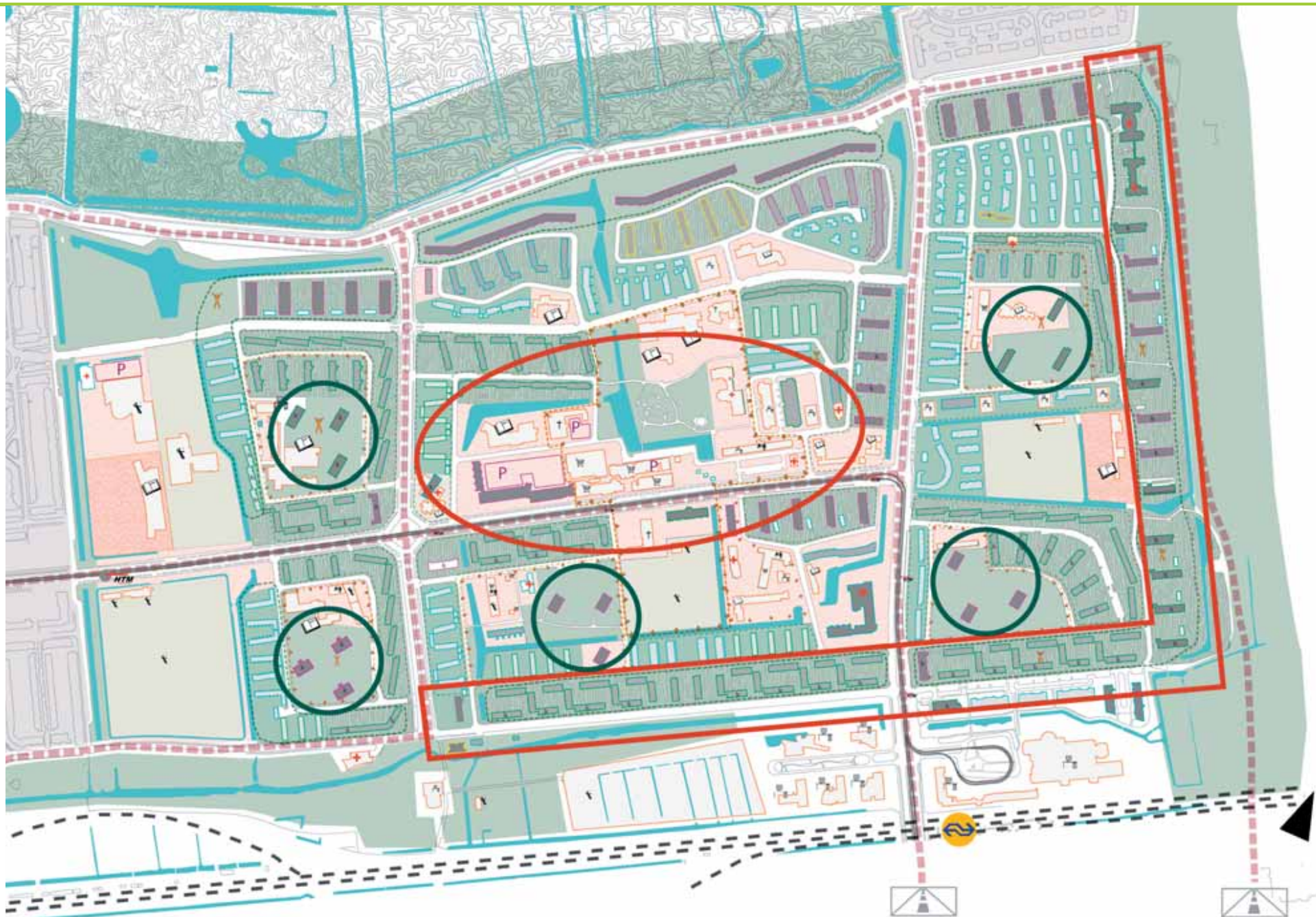
- (1) resultaten project I&B Mariahoeve, 'Agenda Toekomstvisie'
- (2) strategisch voorraadbeleid corporaties
- (3) verkennend onderzoek naar mogelijke ontwikkellocaties
- (4) (lopende) private ontwikkelingen in het gebied zelf

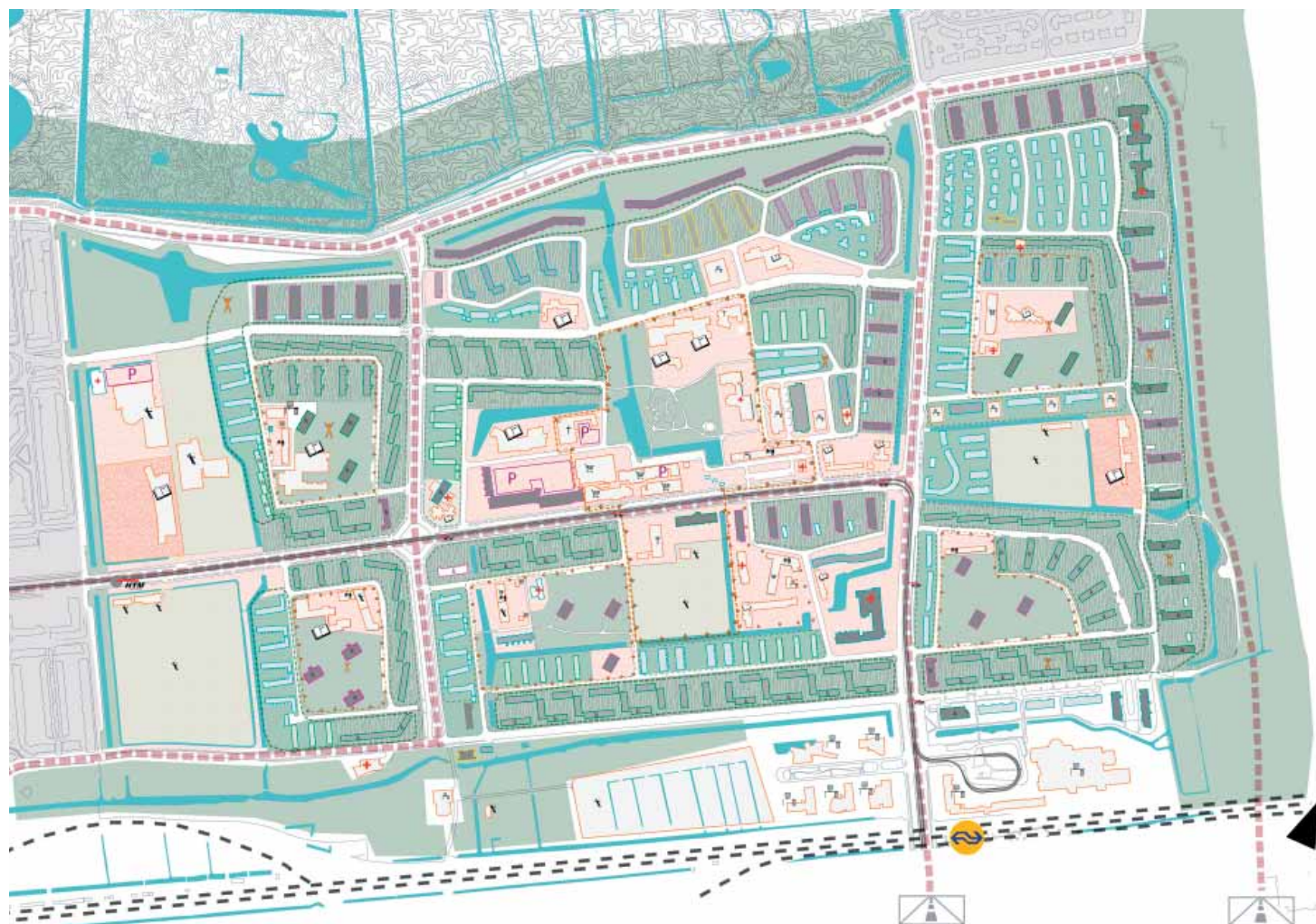
Het project I&B Mariahoeve heeft een breed inzicht geleverd op de ontwikkeling van de wijk, haar huidige kwaliteiten en bedreigingen, maar ook op haar ontwikkelingspotentie. In de workshops van de laatste fase I&B zijn de lopende projecten en nieuwe ideeën onderling afgestemd vanuit I&B. In de vorm van een werkboek zijn deze beschreven met benoeming van instrumenten en partijen. Dit document 'agenda toekomstvisie' levert inhoudelijke thema's voor de ontwikkelingsvisie. Onderdelen met een expliciete ruimtelijke component worden hierin reeds benoemd (totale woningvoorraad, buurtconcept, hart van de wijk, randstructuur).

Het nader uit te werken strategisch voorraadbeleid bepaalt de onderlinge relatie tussen soort van aanpak, beoogde doelgroepen en fasering.

Verkenkend onderzoek naar mogelijke ontwikkellocaties (vanuit stedelijke woningbehoefte of strategie wijkontwikkeling) levert aanvullend inzicht in ontwikkelingsmogelijkheden. Lopende ontwikkelingen en private initiatieven bij bestaande instellingen, organisaties en vastgoedeigenaren in het gebied kunnen hier mede aanleiding toe geven.

De 'harde' en 'zachte' onderzoeksresultaten I&B, zijn in 'leefmilieukaarten' verbeeld. De combinatie vormt het 'leefmilieu Mariahoeve' als context voor de ontwikkelingsstrategie (pag 64, 65).





HARDE KAART

STEDENBOUWKUNDIGE STRUCTUUR	
--- wijkrand	 binnenrand
--- wijkkern	--- binnenkern
BEBOUWINGSVORM (wonen)	
ééngesins	k k k kleine woningen
meergezins laag	meergezins hoog
EIGENDOMSVERHOUDINGEN	
huur corporaties	particuliere verhuur
part. verhuur + koop	koop
VOORZIENINGEN	
† religieuze instellingen	kantoren/bedrijven
winkels	dienstverlening
sport	onderwijs
+ zorg en welzijn	
NIVEAU VAN VOORZIENINGEN	
† Mariahoeve	† Haagse Hout
	† stad/regio
BUITENRUIMTE toegankelijkheid	
park-openbaar	publiek groen
privé groen	semi-openbaar groen
park-privé	sportveld
verharde buitenruimte-openbaar	verharde buitenruimte-privé
water	P parkeren
PUBIEKE RUIMTE - GEBRUIK EN INTENSITEIT	
speelplaatsen	ontmoetingsplekken
	recreatiespots
BEREIKBAARHEID	
trein	tram
	auto

Leefmilieu Mariahoeve, harde kaart (WSA)



ZACHTE KAART

COMMUNITIES	
	stedelijk, onafhankelijk
	status, bijzonder
	rust, controle, gereguleerd
	geborgenheid, trekt zich graag terug
	betrokkenheid, waakzaamheid
	harmonie, gezelligheid
WAARDERING	
	centrum
	prettige plek
	plek om trots op te zijn
	vervelende, onveilige plek
	hier gaat het mis
TEVREDENHEID	
	buurt gaat vooruit
	buurt gaat niet vooruit/achteruit
	buurt gaat achteruit
TYPING BUURT	
	levendig
	levendig
	levendig
HERKENBARE PLEKKEN	

Leefmilieu Mariahoeve, zachte kaart (WSA)

Samenwerking

In de fase opstelling ontwikkelingsvisie kan de rolverdeling als volgt worden ingericht:

Corporaties	Opsteller strategisch voorraadbeleid
Gemeente DSO	Initiator opstelling ontwikkelingsvisie
Stadsdeel MT	Coördinatie vaststelling documenten, uitvoering en toetsing (lopende projecten, visiedocument en referentiekader)
Gebiedspartners	deelname in verschillende coalities rond (private) projecten
Wijkbewoners	deelname aan interactieve (wijk-)bijeenkomsten

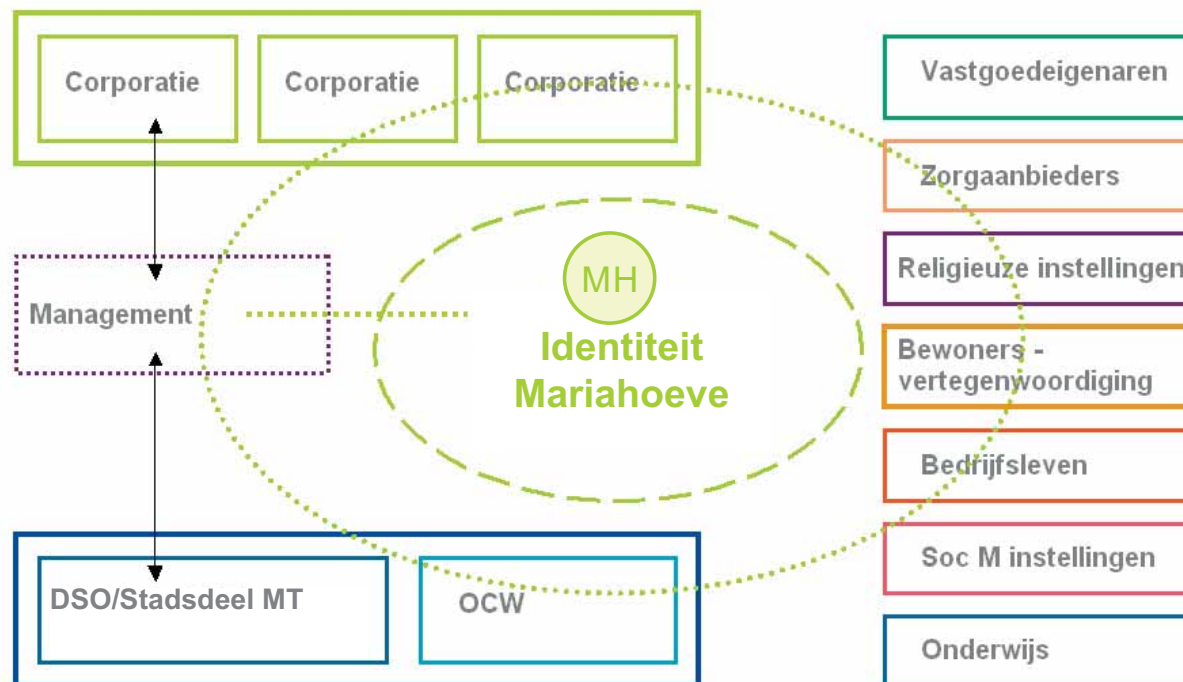
In de onderlinge samenwerking tussen partijen is het van belang om nieuw privaat initiatief en coalities de ruimte te geven vanuit de gebiedsidentiteit hun specifieke bijdrage te laten leveren aan de toekomst van de wijk.

In het project I&B is expliciet gekozen voor een projectteam als 'trekker' van het project en een uit verschillende partijen samengestelde klankbordgroep. In de laatste fase heeft een initiatiefgroep als 'ondernemend gezelschap' gefunctioneerd. Het procesmanagement verzorgde de inhoudelijke coördinatie en ondersteuning.

In het vervolg moet een soortgelijk projectorganisatiemodel vorm krijgen waarbij de gebiedspartners een gelijkwaardige rol in het ontwikkelingsproces kunnen krijgen rond de inhoudelijke opgaven.

Aandachtspunten:

- Benaderingswijze, informatie aan en betrekken van overige gebiedspartners.
(vastgoedeigenaren, zorgaanbieders, (religieuze, sociaal maatschappelijke) instellingen, bedrijfsleven etc)
- Informatie en coördinatie aan wijkbewoners en bewonerscollectieven
- Zoeken naar 'ambassadeurs' vanuit de gebiedspartners



Samenwerking gebiedspartners, coalities vanuit gebiedsidentiteit

Proces ontwikkeling toekomstvisie

Het ontwikkelen van de toekomstvisie kent parallelle ontwikkelingen, die door verschillende betrokken partijen kunnen worden gestuurd. De onderlinge wisselwerking en inhoudelijke afstemming is hierbij van cruciaal belang (zie schema).

Reguliere uitvoering

Per direct kan reguliere uitvoering projecten en beheer verder worden uitgevoerd (zie 'Resultaat workshops')

Strategisch voorraadbeleid

Het strategisch voorraadbeleid vormt input voor de ontwikkelingsvisie, maar moet ook in onderlinge wisselwerking daarmee tot stand komen.

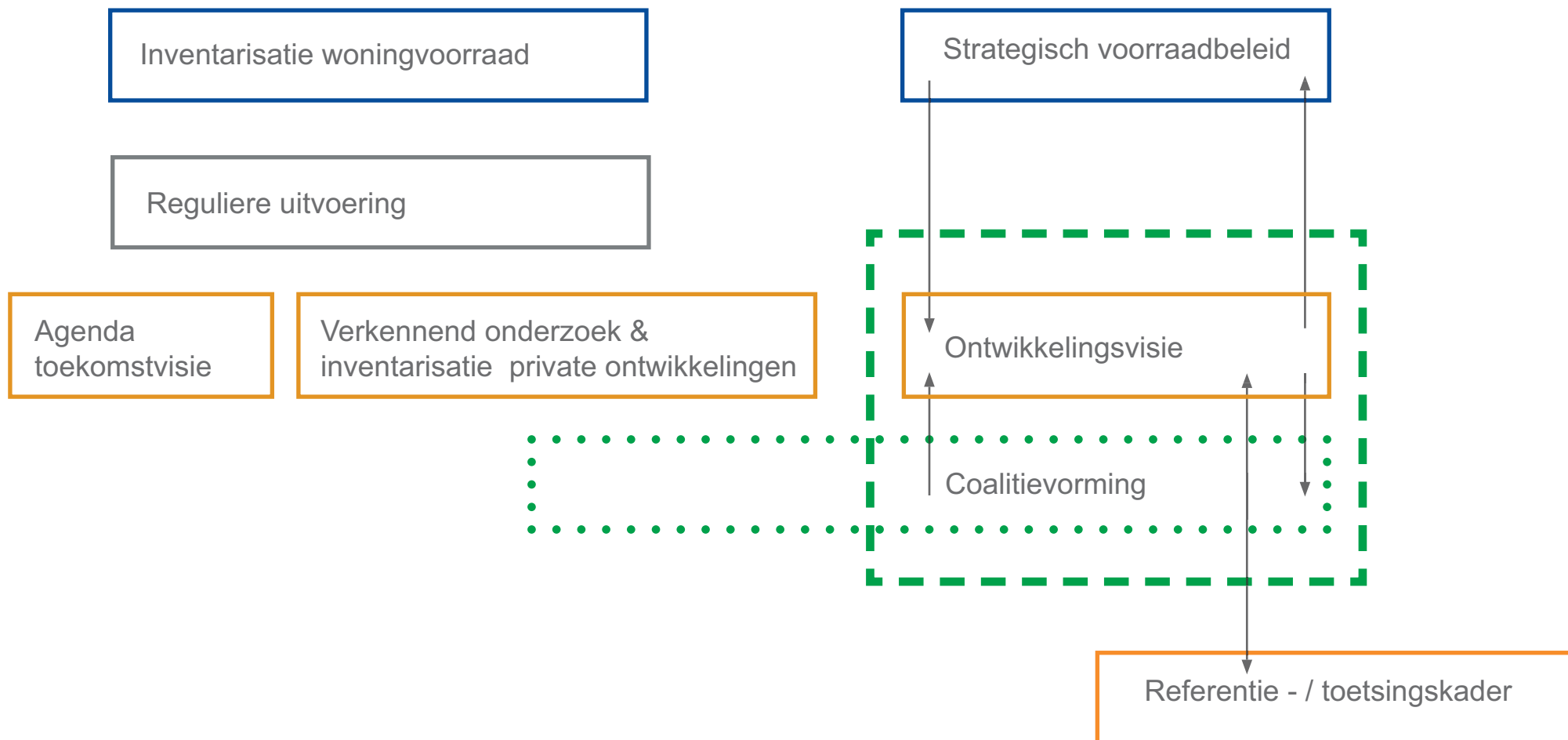
Ontwikkelingsvisie / Referentiekader

De ontwikkelingsvisie dient met name als inspiratiebron voor betrokken gebiedspartners voor de lange termijn.

Tegelijkertijd kan de ontwikkelingsvisie het flexibel referentiekader vormen voor inpassing c.q. beoordeling van toekomstige specifieke ontwikkelingen. Het vervult dan uiteindelijk met name de functie van een publiek, ruimtelijk functioneel referentie- of toetsingskader. De benoemde gebiedsidentiteit en de mogelijke versterking hiervan door nieuwe, nog onvoorziene (private) ontwikkelingen blijven daarin uiteindelijk van het grootste belang.

Formeren coalities

In de onderlinge samenwerking tussen partijen is het van belang om nieuwe coalities de ruimte te geven vanuit de gebiedsidentiteit hun specifieke bijdrage te laten leveren aan de toekomst van de wijk. Met I&B is een basis gelegd voor deze samenwerking in het vervolg, waarbij het informeren en betrekken van verschillende partijen van belang blijft.



Proces opstelling toekomstvisie

Bijlagen

Brandsheet
Procesbeschrijving en resultaat I&B Mariahoeve

Identiteit Mariahoeve – Wellevend naar 2020



stijlvolle compositie van woningen en voorzieningen



respectvolle bejegening, zo hoort het hier



ruimte voor verjonging



ongestoord ontmoeten en recreëren in het groen



twee treden stijgen



aandacht voor wijk en bureu



open naar afkomst, selectief in stijl



kernwaarde	distinctie	parkwijk	voorkomend	compositie	kordaat
emotie	op stand	geordend	vriendelijk	smaakvol	in goede handen
functie	burgerschap	ruimte	schoon/heel/veilig	variatie	arbiter
streven	allure	woonpark	zorgzaam	fusion	communale orde

Brandsheet met kernwaarden (HBG)

De identiteit van Mariahoeve

Mariahoeve kenmerkt zich vanaf het begin door veel aandacht voor haar identiteit. Mariahoeve is een wijk van allure die variëteit mogelijk maakt, in woonvormen, architectuur en bewoners-groepen. Een wijk die burgerlijkheid positief waardeert en ruimte biedt aan verschillende maatschappelijke geledingen (rijk, arm, arbeider en top-ambtenaar). Mariahoeve is in zijn sociale en ruimtelijke opzet uniek voor Nederland met zijn parkachtige ruimtelijke structuur, de geleding in buurten, de menging van rangen en standen, het vele groen en de nabijheid van het Haagse Hout, Wassenaar en het Koninklijk Huis. Mariahoeve kenmerkt zich door de wellevendheid van zijn bewoners die oog hebben voor elkaar en elkaars omgeving. In het oorspronkelijke Mariahoeve heb je niet alleen zorg voor je directe burens maar ook voor je wijk. Je houdt je portiek samen schoon, veegt je stoep, je staat op voor ouderen in de tram, vult desnoods elkaars giro in als je op vakantie bent en je groet elkaar op straat.



De eerste bewoners waren trots dat ze in Mariahoeve mochten wonen, zij werden geselecteerd voor de wijk. In het begin woonden er veel jonge gezinnen die ook het draagvlak boden voor de vele buurtvoorzieningen die met zorg waren ingepast in de wijk. Mariahoeve liep daarin vaak voorop en had bijvoorbeeld de eerste peuterspeelzaal in Nederland. Maar de wijk verandert. Nu, vijftig jaar later, is Mariahoeve vergrijsd en de verouderde en goedkope woningvoorraad is een belangrijk deel van de sociale woningvoorraad in de stad. De nieuwe bewoners komen daardoor niet naar Mariahoeve omdat zij er zelf graag willen wonen, maar vanwege het goedkope aanbod. De wijk is voor de huidige bewoners (nieuw en oud) altijd het

symbool geweest voor een kans op een beter leven. Zij gunnen dat de nieuwe bewoners ook, maar daar moet je als bewoner wel zelf voor kiezen. En dat gebeurt te weinig. De huidige bewoners ervaren het daardoor als een onbegonnen opgave om de nieuwe bewoners op te vangen en met hen het nieuwe Mariahoeve te maken, al willen zij dat wel heel graag. Zij willen daarom gesteund worden door professionals die zich daadkrachtig tonen in het oplossen van de huidige problemen en nieuw perspectief bieden voor de wijk.



Mariahoeve zoekt nieuwe inspiratie. 50 jaar geleden werd er uit het niets een nieuwe wijk gecreëerd, zeer actief door zowel professionals als bewoners. De wijk was toen de mogelijkheid hun eigen maatschappelijke positie te verbeteren. Die ambitie moet terug in een nieuw elan voor de wijk: jonge bewoners en meer kinderen die langere tijd in de wijk blijven en die helpen de sociale cohesie (opnieuw) te maken. En vooral een herstel van de woonkwaliteit naar een hedendaags aspiratieniveau. De wijk vraagt vernieuwing én behoud: een retro-innovatie. Retro omdat het oorspronkelijke ontwerp van Mariahoeve als een geschakeerde wijk, met ruimte en groen, met duidelijke afbakening tussen de buurten en smaakvolle variëteit, onlosmakelijk met Mariahoeve is verbonden. Retro ook ten aanzien van de identiteit van de wijk en de verwachting die bewoners ten opzichte van elkaar hebben: distinct, voorkomend, kordaat, met oog voor de sociale compositie van verschillende bewoners, de geordendheid van een parkwijk. Innoveren omdat de wijze waarop deze identiteit wordt onderhouden en gemaakt, nieuwe vormen vraagt: andere vormen van selectie, andere vormen van waardenoverdracht en handhaving. Innoveren

ook omdat de normen omtrent luxe, stijl en comfort niet meer van deze tijd zijn. Dat betekent: het aanpakken van de woningen en aanpassen aan de eisen van de tijd, met behoud van de ruimtelijke opzet in de wijk; het vernieuwen van voorzieningen voor jongeren en jonge gezinnen in de wijk, zodat doorgroeien in de wijk weer mogelijk is en rekening houden met de nieuwe variëteit van bewoners die past bij een internationaal georiënteerde wijk.



Het huidige aantal nieuwkomers dat zich niet voegt in de identiteit van de wijk is naar het oordeel van de bewoners te hoog. Dat leidt tot een verstoring van het sociaal evenwicht in de wijk. Een nieuwe vorm van selectie is nodig. Naar de ouderwetse selectie uit de jaren vijftig (inclusief huisbezoek) verlangt niemand terug. Een selectie op etniciteit of leeftijd past al helemaal niet bij Mariahoeve, een wijk waar variëteit juist heel belangrijk is. Een vorm van selectie die bij Mariahoeve past, is een communicatiecampagne over de identiteit van Mariahoeve waarin uitgelegd wordt wat voor bewoners bij Mariahoeve passen. Een campagne waarmee specifieke doelgroepen verleid worden naar Mariahoeve te komen. De communicatiecampagne zal ook nieuwe bewoners helpen om zelf te beoordelen of zij in Mariahoeve passen. Dat kan dan aan de orde komen in intake gesprekken bij de woningcorporatie waarin nieuwe bewoners kennis kunnen maken met de wijk en de corporatie hen vertelt over de kernwaarden van Mariahoeve. Door selectieve plaatsing van nieuwe bewoners in de wijk, kan voortkomen worden dat te veel mensen met dezelfde problemen bij elkaar in een portiek komen. Ook door het vernieuwen van het woningaanbod zullen groepen aangetrokken worden die het nieuwe Mariahoeve helpen maken: jonge gezinnen, interculturele groepen. Door prijs en kwaliteit worden deze bewoners

selectief aangetrokken. Het werken met identiteit biedt voor professionals en bewoners een aangrijppingspunt om een eigen aanpak voor Mariahoeve te ontwikkelen, een die hoort bij Mariahoeve en past binnen het beleid en de bestaande regelgeving.



De bewoners voelen zich verbonden met de wijk en zijn gedreven om de identiteit van Mariahoeve te maken en te bewaken. Dat doen ze onder meer door actief elkaar te wijzen op ongepast gedrag. Of door initiatieven zoals een welkomstcomité op te zetten, een preventieteam te organiseren, 'golden rules' te formuleren en portiekafspraken te maken. Het zijn voorbeelden waarmee de eigen cultuuroverdracht wordt vorm gegeven. In sommige gevallen is dat niet genoeg, bijvoorbeeld als te veel bewoners niet bereid zijn in te gaan op de uitnodigingen van medebewoners om voor burens en wijk te zorgen, of als de bereidheid tot vrijwilligerswerk te gering is. Initiatief nemen werkt (dan) vitaliserend. Daarmee kunnen doorbraken gerealiseerd worden. Vitaal leiderschap van professionals, dat aansluiting vindt bij bewoners door op de identiteit van Mariahoeve in te spelen, is daarbij een belangrijke steun. Krachtige voorzieningen in de wijk, zoals de British School en het verpleeghuis, kunnen een belangrijke bijdrage leveren aan het vitaliseren van de wijk. Daarbij passen ondernemende professionals die de verbinding met de wijk kunnen maken.



Handhaving is het sluitstuk van het bewaken en in stand houden van de gewenste identiteit van Mariahoeve. Bewoners geven aan dat het hen niet altijd meer lukt onderling de zaken te regelen. Juist als het gaat om het overdragen van hun onderlinge cultuur en het in stand houden van de onderlinge verhoudingen. Ze vragen dan kordate steun van politie of andere professionals. Ze verwachten van de professionals dat zij die rol als vanzelfsprekend op zich nemen, maar ze zijn teleurgesteld door het gebrek aan daadkracht dat zij daarbij waarnemen.



De roep om daadkracht en kordate steun is in Mariahoeve voortdurend onder de oppervlakte aanwezig en wordt dan zichtbaar als het niet op andere manieren lukt het gewenste Mariahoeve te maken. Liever maken de bewoners de wijk door samen aan de wijk te werken. Zij doen dat bij voorkeur distinct en voorkomend zonder dat steun van de professionals nodig is. Fysiek hoort bij Mariahoeve het geordende en de ruimtelijke opzet van een Parkwijk. Dat sluit verandering niet uit, maar het vraagt wel om respect van de kernkwaliteiten ervan: de ruimte, de variatie, de geordendheid en de allure. Op naar de nieuwe wellevendheid!



* stedenbouw en volkshuisvesting, architectuur en projectontwikkeling, economie en ondernemerschap, ouderen- en gezondheidszorg, onderwijs en welzijnswerk, cultuur, recreatie en sport, bewoners en betrokkenen

Januari 2006, Holland Branding Group

Identiteit laat je kennismaken met Mariahoeve

Identiteit maakt communicatie over de wijk makkelijker

Identiteit is bedoeld voor iedereen die plannen en ontwerpen maakt voor en in Mariahoeve

Identiteit biedt hen inspiratie, sturing en toetsing

Identiteit verbindt ruimtelijke, sociale, economische en culturele aspecten van Mariahoeve

Identiteit verbindt waarden, klantgroepen en professionals*

Procesbeschrijving en resultaat I&B Mariahoeve

I&B Mariahoeve algemeen

Voor het pilotproject I&B Mariahoeve heeft WSA de inhoudelijke coördinatie van het project verzorgd. Dit is gedaan in opdracht van Staedion als initiatiefnemende organisatie binnen een samenwerking met Haag Wonen, Vestia, de deelgemeente stadsdeel Haagse Hout en gemeente Den Haag (diensten DSO en OCW).

Opgave Mariahoeve

De centrale probleemstelling voor Identiteit & Branding Mariahoeve heeft betrekking op de vraag hoe de wijk haar kwaliteiten behoudt binnen een veranderende stedelijke, maatschappelijke context. Meer specifiek is de vraag geformuleerd als 'Consolidatie of transformatie; waar en hoe?'. Bij aanvang van het project had de erkenning van het unieke, stedenbouwkundige karakter van de wijk reeds aanleiding gegeven tot een gemeentelijk voornemen tot vaststelling van een 'beschermd stadsgezicht'. Gezien dit voornemen, de negatieve ontwikkeling van het woonklimaat in de wijk en haar huidige positie op de Haagse woningmarkt is juist Mariahoeve als pilotproject voor gebiedsontwikkeling vanuit gebiedsidentiteit relevant.

Plan van Aanpak I&B Mariahoeve

In het plan van aanpak is het volgende vastgelegd / beschreven:

- de inhoudelijke opzet van het project (doelstelling I&B, onderzoeksopzet, werkwijze)
- de organisatie van samenwerkende partijen,
- de begroting en planning.

Zie: Plan van Aanpak I&B Mariahoeve, WSA / Staedion (29.09.'04)

WSA heeft bij de start van het project tevens een reader samengesteld met een verzameling van beschikbare gegevens en informatie over Mariahoeve.

Het plan van aanpak van pilot Mariahoeve is mede gebaseerd op de bevindingen uit de pilot Hoogvliet. De volgorde van de onderdelen branding en marktonderzoek is omgedraaid. Daarnaast is in het eerste stadium van het project tijd geïnvesteerd in de instelling van een *klankbordgroep*, voor borging van het draagvlak onder de gebiedspartners.

Projectorganisatie

De organisatie en werkwijze van het projectteam is door Staedion nader uitgewerkt.

Inhoudelijke opdrachtformulering, briefing opdrachtnemers, advies opdracht aan Staedion en begeleiding uitvoering opdrachten is door WSA verzorgd. Staedion is eindverantwoordelijk als opdrachtgever voor budget en resultaat. Binnen het algemeen deel van het project zijn door WSA de volgende onderdelen verzorgd door inhoudelijke coördinatie (o.a. voorbereiding, presentaties en verslaglegging):

- Opstelling Plan van Aanpak I&B Mariahoeve
- Bijeenkomsten projectteam, onderzoeksteam en wijkpartners
- Instelling van en verzorgen bijeenkomsten klankbordgroep
- Afstemming op algemene project I&B

Projectteam

Met opdrachtgever Staedion is een projectteam ingericht voor de algemene coördinatie van het project, bestaande uit Staedion / WSA. In 2005 is 12 maal overleg gevoerd.

De samenstelling is vanuit Staedion: rayonmanager oost, adviseur strategie en beleid, medewerker communicatie, medewerker sociaal beheer en vanuit WSA een senior en een junior adviseur / manager.

Taakverdeling leden projectteam is gebaseerd op een plan van aanpak uitvoering (Staedion) en planning (WSA).

Klankbordgroep

Met een op basis van het PvA bijeengebrachte 'klankbordgroep' is een brede basis voor informatie uitwisseling tijdens het project en samenwerking gelegd. Het doel hiervan was; informeren betrokken partijen over aanpak, voortgang en resultaten van het project. Hiermee ontstaat bekendheid met de doelstellingen, betrokkenheid en daarmee potentieel draagvlak voor inhoudelijke resultaten.

De samenstelling van de groep is vertegenwoordiging vanuit Staedion (initiatiefnemer), HaagWonen, Vestia, Stadsdeel Haagse Hout, gemeente Den Haag / DSO en OCW en WSA (inhoudelijke coördinatie). Incidenteel uitgebreid met onderzoekers of genodigden.

De 1e bijeenkomst klankbordgroep is gehouden op 6 januari 2005, waarna 5 bijeenkomsten zijn gehouden.

Directie overleg

10 maart 2006 Informatie en discussie over resultaten I&B Mariahoeve aan directies corporaties Vestia, Haag Wonen en Staedion.

Ook werden presentaties gehouden voor diverse bestuurlijke overleggen met de gemeente, oa in het stadsdeel MT, de stadsdeelcommissie, aan wethouder Norder en het wijkberaad.

Onderzoeksteam

Het onderzoek naar de identiteit van Mariahoeve is verdeeld over drie aandachtsvelden, die uiteraard met elkaar in verband staan. Grofweg gericht op identiteit gelegen in (1) ruimtelijke conditie (2) de bevolking en (3) het stedelijk programma/ voorzieningen (respectievelijk uitgevoerd door: Urban Fabric, The SmartAgent Company en WSA). Om de onderlinge relaties en verbanden tussen de onderzoeksuitkomsten te bewerkstelligen zijn een drietal bijeenkomsten geweest, waarin de onderzoekers de centrale thematiek bespraken.

De 1e is gehouden op 20 april 2005 en gericht op de aanpak van onderzoeken. De 2e op 29 juni 2005 gaf eerste resultaten en discussie over de onderlinge samenhang in workshopvorm. De 3e op 25 oktober 2005 is gericht op het benoemen van de samenhang tussen de inzichten uit de verschillende onderzoeken in de vorm van concept gebiedsthema's (WSA), die mede op basis hiervan zijn afgerond als resultaat van het identiteitsonderzoek.

Wijkpartners

Op 15 maart 2005 is een startbijeenkomst gehouden met genodigden en geïnteresseerden in het project als vertegenwoordigers van de wijk c.q. 'wijkpartners'. Inventarisatie en uitnodiging van contactpersonen bij alle betrokken partijen is door WSA verzorgd.

De resultaten van de drie onderzoeken zijn op 1 september 2005 aan de wijk gepresenteerd op een *wijkbrede bijeenkomst* in het AEGON hoofdgebouw in de wijk (ca. 150 bezoekers). Met het beschikbaar stellen van de ruimte toonde de verzekeraar haar betrokkenheid bij de toekomst van de wijk. Organisatie van deze bijeenkomst lag bij Staedion, coördinatie van presentatie is verzorgd door WSA.

Een eventuele wijkbijeenkomst bij afronding van het project I&B en voorstel vervolgaanpak in de toekomst wordt nader bepaald.

Afstemming I&B algemeen

De resultaten van I&B Mariahoeve zijn teruggekoppeld naar project I&B algemeen. Afstemming vond plaats binnen project I&B algemeen en overleg met het innovatieteam I&B.

Zie website: www.identiteitenbranding.nl/mariahoeve

Identiteitsonderzoek

Het identiteitsonderzoek van pilot Mariahoeve bestaat uit vier apart uitgevoerde onderzoeken. Door de identiteit van de wijk via verschillende invalshoeken te belichten wordt het specifieke karakter van de wijk nauwkeurig in beeld gebracht.

Het onderzoek naar de huidige identiteit van de wijk bestaat uit de volgende onderdelen:

- o Cultuurhistorisch/ruimtelijk onderzoek, (Urban Fabric, okt 2005)
- o Mariahoeve voorzien?, Kerngegevens en onderzoek naar wijkeconomie / voorzieningen, (WSA, okt 2005)
- o Bewonersonderzoek, (The Smartagent Company, okt 2005)
- o Mental mapping Mariahoeve, (WSA, dec 2005)

In een drietal workshops met de onderzoekers zijn de uitkomsten weer in onderling verband gebracht. De samenhang in resultaten van deze fase zijn weergegeven in 'gebiedsthema's', (WSA) Tot slot zijn de resultaten van dit onderzoek gepresenteerd in een wijkbijeenkomst op 1 september 2005.

De samenhang is beschreven in vijf voor de wijk kenmerkende *gebiedsthema's*. Deze vormden de samenhangende input voor de fase branding.

Hier volgt een beschrijving per onderdeel van het proces, de werkwijze en het resultaat.

Cultuurhistorisch/ ruimtelijk onderzoek

Urban Fabric kreeg opdracht voor het analyseren van de ruimtelijke structuur van de wijk, in tekst en kaartbeeld alsmede het maken van een gebiedstypering van de wijk op basis van de cultuurhistorische achtergrond.

Dit onderzoek heeft de ruimtelijke dragers en de waardevolle elementen in kaart gebracht, zonder op voorhand een positie ten aanzien van mogelijke interventies in te willen nemen. Daarnaast heeft het de bijzondere geschiedenis van de wijk gedocumenteerd.

Het onderzoek is gestart in januari 2005 en afgerond met de eindrapportage in oktober 2005. In de offerte (15.12.'06) zijn de werkzaamheden benoemd als: Onderzoek, productie van kaarten en verslaglegging, participatie in drie workshops voor het definiëren van centrale gebiedsthema's en optioneel: uitwerken van de integrale gebiedstypering in woord en (kaart)beeld.

Urban Fabric heeft veldwerk uitgevoerd door middel van excursies door de wijk, waarbij zij een grote hoeveelheid fotomateriaal hebben verzameld, mede op basis waarvan zij een basiskaart van het gehele gebied hebben vervaardigd. Daarnaast is archiefonderzoek gedaan waarbij de cultuurhistorie van de wijk is onderzocht.

WSA heeft zorggedragen voor inhoudelijk afstemming van taken van Urban Fabric, vooral in relatie tot het verschenen rapport 'Mariahoeve; toonbeeld van een ongedeelde stad, gemeente Den Haag, 2004'.

De eindrapportage bevat een samenvatting, de plangeschiedenis, een atlas met analysekaarten en toelichting en fotobladen.

Zie: Den Haag Mariahoeve Cultuurhistorisch/ruimtelijk onderzoek, Urban Fabric, (2005)

Bewonersonderzoek

The Smartagent Company (SAC) heeft als opdracht een interactief belevingsonderzoek onder woonconsumenten en regiobewoners uit te voeren met als doel een beeld te schetsen van hoe de populatie nu is opgebouwd in termen van socio-demografie, koopkracht en leefstijl, welke elementaire woonambities men heeft en hoe men de wijk beleeft.

De woontest is een samenwerking van Staedion met de gemeente Den Haag, Vestia en Haag Wonen. Het is een consumentenonderzoek onder alle huishoudens (8000) van Mariahoeve en naar (2000) huishoudens in Den Haag naar het wonen, de woonomgeving, maar ook naar de (publieke) voorzieningen.

Het onderzoek van SAC is in twee delen opgesplitst:

1. Inventarisatie – kwantitatief onderzoek
2. Interactieve communicatie – kwalitatief onderzoek

In samenwerking met dienst OCW in Den Haag zijn alle 8000 huishoudens in Mariahoeve aangeschreven. Daarnaast zijn ook 700 huishoudens uit de regio benaderd via een panel van SAC.

Respondenten konden op internet een vragenlijst invullen of een schriftelijke enquête aanvragen. Uiteindelijk heeft dit 1230 reacties uit Mariahoeve opgeleverd (16% respons) en 450 reacties uit de regio Haaglanden.

De uitkomsten zijn geanalyseerd en verwerkt in een rapportage in tekst, tabellen en kaarten.

Eén van de uitkomsten van het kwantitatieve onderzoek is inzicht in de verschillende leefstijlen van bewoners in de wijk. De leefstijlgroepen met de meeste aansluiting op Mariahoeve zijn uitgenodigd voor de panelgesprekken.

In vier gesprekken met 8 personen (6 uit Mariahoeve en 2 uit Den Haag) is doorgevraagd op de cultuur in de wijk, de beleving van de woonomgeving, het

contact met medebewoners, de betekenis van groen en de ideale woning.

Het resultaat van dit onderzoek is een rapportage bestaande uit de belangrijkste conclusies, benoeming kwaliteit en identiteit Mariahoeve, gemeenschappen, woonambities en de mogelijke toekomst van Mariahoeve.

Zie: Mariahoeve Rapportage Bewonersonderzoek, Smart Agent Company, (oktober 2005)

Kerngegevens en onderzoek naar wijkeconomie / voorzieningen

In het plan van aanpak is het onderzoek naar wijkeconomie vastgesteld als aanvullend op de twee andere onderzoeken. WSA heeft het aanwezig stedelijk programma, wijkeconomie en het voorzieningenniveau in kaart gebracht en onderzoek verricht naar de demografische kerngegevens als aanvulling op de gegevens uit de woontest. Het soort voorzieningen en de economie van de wijk bepalen in aanzienlijke mate het functioneren van de wijk.

Met behulp van statistische gegevens en literatuuronderzoek zijn de kerngegevens van de wijk in kaart gebracht. De huidige situatie anno 2005 is naast de situatie van 1994 gelegd om de ontwikkelingstendens van de wijk afleesbaar te maken. Daarnaast is veldwerk uitgevoerd door middel van excursies in de wijk waarbij de voorzieningen in Mariahoeve nauwkeurig in kaart gebracht. Om de gevonden gegevens te complementeren zijn tot slot ca 15 interviews gehouden met professioneel betrokkenen uit verschillende werkvelden in de wijk. Het veldwerk heeft een overzicht van referentiepersonen opgeleverd als contactpersonen voor deelname aan de brandingssessies.

De eindrapportage bevat een samenvatting, de kerngegevens, een kaartenatlas met voorzieningen, conclusies & tendensen en een overzicht relevante citaten uit interviews.

Zie: Mariahoeve voorzien? Onderzoek naar wijkeconomie en voorzieningen, WSA, (oktober 2005)

Mental mapping

WSA heeft een onderzoek uitgevoerd naar de betekenis en beleving van plekken en gebieden in de wijk voor bewoners. Het doel vormt het leggen van een relatie tussen waarderingen in focusgesprekken met SAC en de karakteristiek van het gebied zelf (aansluiting hard – zacht).

In het plan van aanpak is het onderzoek 'mental mapping' als onderdeel geformuleerd aansluitend op de groeps gesprekken van de woontest. WSA heeft het als zelfstandig experiment en in eigen beheer uitgevoerd. Het instrument vormt een vernieuwde wijze van vaststelling identiteit en waardering van specifieke (eigenschappen van) gebiedskenmerken onder betrokkenen.

De mental mapping oefening is als onderdeel van de focusgesprekken in vier gesprekken met 8 personen uitgevoerd. Deelnemers hebben rond de thema's: gebruik, beleving en waardering vragen beantwoord op een kaart van de wijk. De resultaten van individuele deelnemers zijn per thema over elkaar heen gelegd en besproken met de groep. Vervolgens zijn de kaarten bewerkt tot concluderende kaarten.

De rapportage geeft uitleg van de methode, beschrijving uitkomsten naar thema gebruik – beleving – waardering en interpretatie en conclusies.

Zie: Mental mapping Mariahoeve, WSA, (december 2005)

Gebiedsthema's

De samenhang in de resultaten van de uitgevoerde deelonderzoeken is beschreven door WSA in de vorm van gebiedsthema's. Ze geven de rode draad weer van wat gezien kan worden als de huidige identiteit van Mariahoeve, waarin de mogelijkheden van de toekomst reeds besloten liggen.

In de deelonderzoeken naar de huidige identiteit is sprake van onderlinge relaties tussen de diverse gevonden kenmerken van (de ontwikkeling) van Mariahoeve. Om deze deelconclusies achteraf weer, via gebiedsthema's met elkaar in verband te kunnen brengen, zijn gedurende de onderzoeksfase een drietal workshops gehouden met het onderzoeksteam. Op deze manier zijn de gebiedsthema's geformuleerd in overleg en wisselwerking met alle betrokkenen bij de onderzoeksfase.

Het resultaat is een rapportage 'gebiedsthema's' bestaande uit 5 gebiedsthema's met onderbouwend (beeld)materiaal uit de onderzoeken en relevante citaten.

Zie: Gebiedsthema's Mariahoeve, WSA, (december 2005)

Branding

De fase branding van pilot Mariahoeve bestaat uit een onderzoek naar de 'merkidentiteit' van de wijk. Voor deze fase is Holland Branding Group (HBG) gevraagd.

Het onderzoek naar de merkidentiteit van Mariahoeve is als volgt opgebouwd: (1) oriëntatie, (2) Identiteits sessies en (3) Presentatie/ rapportage
Om deze fase goed aan te laten sluiten op de onderzoeken naar de huidige identiteit van de wijk heeft HBG de laatste workshop van het onderzoeksteam bijgewoond. Daarnaast hebben zij de onderzoeken en gebiedsthema's als uitgangspunt meegekregen.

De start van de oriëntatie bestaat uit bestuderen van al het materiaal uit het I&B project tot dan toe. Vervolgens worden hieruit twee kernvragen gedestilleerd, die in een wandeling door de wijk en twee oriëntatiegesprekken met twee verschillende groepen bewoners / betrokkenen aan de orde komen (31 oktober 2005). Op basis van deze oriëntatiedag worden de vragen van identiteits sessie 1 en de selectie van deelnemers bepaald.

In twee sessies met in totaal 30 deelnemers zijn de kernwaarden van Mariahoeve opgehaald (16 en 24 november 2005). Deze sessies worden gestructureerd aan de hand van 3 à 4 vragen. Deze vragen beginnen openlijk en persoonlijk en worden steeds gericht naar de gewenste identiteit van de wijk. Deelnemers beantwoorden de vragen door een opdracht te geven aan tekenaars, die de geschetste beelden vervolgens in tekeningen vertalen.

De twee sessies hebben dezelfde structuur maar verschillende deelnemers. Met een tussentijds overleg is bekeken of/hoe de vraagstelling na de eerste bijeenkomst moest worden bijgesteld. De tweede sessie dient ter validatie van de eerste.

Bij de brandingssessies is een zogenaamde 'backbench' aanwezig. Deze professionals, zijn diegenen die in een later stadium met de 'merkidentiteit' moeten werken.

De organisatie van deze sessies, selectie en benadering van deelnemers is uitgevoerd door Staedion en WSA. De deelnemers zijn uitgenodigd op basis van het opgebouwde netwerk aan betrokken instanties en partijen, met name vanuit de voorgaande onderzoeken.

In een rapportage is de analyse van kernwaarden onderbouwd op basis van oriëntatie en brandingssessies. Deze kernwaarden zijn met een reeks beelden weergegeven in een brandsheet als verbeelding van het merk Mariahoeve. Het dient als inspiratiebron en referentiekader voor toekomstplannen voor de wijk. Het gehele verslag is opgenomen in een eindrapportage in beperkte oplage.

13 maart 2006 zijn de resultaten van de branding bij de groep deelnemers gevalideerd.

Zie: Mariahoeve, een onderzoek naar identiteit, Holland Branding Groep (jan 2006)

Agenda toekomstvisie

In de laatste fase in het project wordt een (aanzet tot) een gebiedsvisie of toekomstvisie voor Mariahoeve geformuleerd. Het doel van de fase 'agenda toekomstvisie' vormt:

- Gedeeld inzicht in de betekenis van de resultaten I&B en opgaven voor de toekomst
- Uitdragen van resultaten onder betrokken organisaties, deelnemers branding (+ wijk)
- Afstemming lopende projecten en initiatieven
- Opstellen inhoudelijke agenda voor samenwerking in gebiedsontwikkeling

Een in te richten initiatiefgroep heeft in deze fase een centrale rol als 'ondernemend gezelschap'. Zij verzorgt de coördinatie en continuïteit van het proces.

Het werken vanuit (inzicht in) de karakteristiek van Mariahoeve staat centraal. De identiteit dient als inspiratie en referentie voor concrete uitwerking. De fase is gericht op visievorming omtrent gerichte consolidatie van kwaliteitsdragers en/ of transformatie of invoeging van programma's. Benoeming van projecten en ideeën naar werkwijze/ instrumentarium, regievoerende partij, prioriteit en deelgebied komt aan de orde. Daarnaast wordt een aanzet voor een communicatie en marketingstrategie bepaald.

Er zijn drie workshops gehouden. De (lopende) projecten en initiatieven zijn verdiept en in onderlinge afstemming gebracht vanuit referentie I&B. Maar ook nieuwe opgaven zijn gedefinieerd. De initiatiefgroep benoemt de procesvoorwaarden voor het vervolgtraject. Op die wijze komt aan de orde:

- Inhoud; (lopende) projecten afstemmen en nieuwe opgaven benoemen
- Proces; opstelling (randvoorwaarden voor) inrichting van het vervolgproces.

Deze fase is opgebouwd rond een drietal workshops met de samenwerkende gebiedspartners. De inhoudelijke organisatie lag bij Staedion en WSA.

Iedere workshop is ingericht rond een thema:

- Workshop I – Opgaven toekomst (16 maart 2006)
- Workshop II – Instrumenten / partijen (27 maart 2006)
- Workshop III – Agenda toekomstvisie (13 april 2006)

Het direct resultaat van de fase is een in samenhang geformuleerd overzicht projecten en ideeën, voorzien van uitwerkingscondities.

Zie: Resultaat workshops, fase 'agenda' toekomstvisie, WSA (juni 2006)

Deze eindrapportage beschrijft het resultaat van (het proces in) de fase agenda toekomstvisie in relatie tot het inhoudelijk resultaat I&B en is verzorgd door WSA. Het blikt terug en vooruit. Het vormt de basis voor de ontwikkelingsstrategie en toekomstvisie Mariahoeve.

Zie: Agenda Toekomstvisie Mariahoeve, WSA (aug 2006)

Overzicht documenten I&B Mariahoeve

Fase Identiteitsonderzoek / Marktonderzoek

Den Haag Mariahoeve Cultuurhistorisch/ruimtelijk onderzoek, Steenhuis stedenbouw/landschap|Urban Fabric, (2005)

Mariahoeve voorzien?, Kerngegevens en onderzoek naar wijkeconomie / voorzieningen. WSA, (2005)

Mariahoeve rapportage bewonersonderzoek. The Smartagent Company, (2005)

Mental mapping Mariahoeve, WSA, (2005)

Gebiedsthema's Mariahoeve, WSA, (2005)

Fase Branding

Rapportage Branding Mariahoeve, Holland Branding Group, (2006)

Brandsheet, Holland Branding Group, (2006)

Fase Agenda toekomstvisie

Resultaat workshops, fase 'agenda' toekomstvisie, WSA (2006)

Agenda Toekomstvisie Mariahoeve, WSA (2006)

Colofon



Contactpersoon:
Ir. Willem Sulsters

Pelgrimsstraat 5 b
3029 BH Rotterdam

T (010) 244 74 14
F (010) 244 74 15
M wsa@wsa.nl
W www.wsa.nl

Deze rapportage vormt het eindresultaat van het project
Identiteit & Branding Mariahoeve



In opdracht van:



Begeleid door de Klankbordgroep I&B Mariahoeve bestaande uit :
Gemeente Den Haag: DSO / Stadsdeel Haagse Hout, Stædion, Vestia, Haag Wonen