



Powered by Platform31

your urban and regional professionals network

Levend lab: Openingsbod voor Vreewijk
Verslag YURPS-levend lab Vreewijk, Rotterdam
4 & 5 juli 2013

Inhoudsopgave

Dit verslag

Samenvatting Levend lab: openingsbod voor Vreewijk

Adviezen: Welkom in Mooi Vreewijk & het Openingsbod: Kracht van Vreewijk

Blogs: Levend lab - Denk in de middelen tijd, geld en creativiteit en Vreewijkeconomie

Column winkelstraatdokter

Proceskunst

Deelnemers

Over de YURPS

Colofon

Dit verslag

Het YURPS-levend lab is dé experimenteerruimte op locatie. YURPS zetten hun expertise in om een lokaal vraagstuk in kleine stappen echt verder te brengen. Ruimte voor trial en error, innovatie en het aansluiten bij bestaande bottom up initiatieven staan voorop.

YURPS willen met deze levend labs aantonen dat er een belangrijke omslag in werkwijze nodig om steden leefbaar en vitaal te houden. Instituties moeten leren om minder te doen en de samenleving moet meer eigengereid en actief worden. Het gaat om het klein beginnen en niet leunen op de systeemlogica van organisaties. Vakprofessionals kunnen weer nieuwe legitimiteit krijgen door creatiever om te gaan met regels en experimentruimte op te zoeken.

Vreewijk-Rotterdam

Op 4 en 5 juli ging het netwerk naar Tuindorp Vreewijk in Rotterdam om kansen en ideeën voor de winkelstrip aan de Groenezoom concreet uit te werken. Zij gaven antwoord op de vraag hoe de ondernemers in de wijk en de winkelstrip(s) bijdragen

aan de wijkeconomie en het verbeterprogramma Vreewijk.
Dit verslag geeft de belangrijkste uitkomsten van het levend lab weer.

Samenvatting Levend lab: Openingsbod voor Vreewijk

Het verbeterprogramma voor Tuindorp Vreewijk gaat van start. Belangrijk onderdeel van het Tuindorp is de wijkeconomie met als belangrijkste straat de Groenezoom. Dit moet dé winkelstrip en ontmoetingsplek van de wijk worden.

Maar de crisis gaat ook aan Vreewijk niet voorbij. De winkeliers hebben het zwaar, de klandizie aan de Groenezoom loopt terug, bewoners houden hun hand op de knip en het is lastig om bezoekers van buiten aan te trekken. Faillissementen dreigen en nieuwe winkels in de strip die niet excelleren in extra (internet)service, verbreding van het assortiment of betrokkenheid met de klant redden het niet.

Genoeg aanleiding voor het lokale team wijkeconomie en Havensteder om de YURPS te vragen in een levend lab mee te denken over de (on)mogelijkheden van het gebied. Dit lab is de experimenteerruimte op locatie om te zoeken naar innovatie in kleine stappen, *trial and error* en de benodigde *mindshift* om meer aansluiting te vinden bij initiatieven van onderop en stapsgewijs te werk gaan.

Winkelgebied als dorpsplein

Uit gesprekken met de ondernemers blijkt dat velen hopen op de betere tijden van weleer. 'Maar die klant uit 2008 komt niet meer terug' waarschuwt winkelstraatdokter Marco Redeman. 'De Groenezoom blijft alleen van waarde als deze meer is dan een winkelstrip. Zie het als een hedendaags dorpsplein, adviseert hij, waarbij het de crux is om bezoekers en bewoners mede-producent, ambassadeur en mede-eigenaar van de Groenezoom te maken.'

Balans tussen actief en passief handelen

Geert Teisman, wetenschappelijk van directeur Platform31, introduceerde bij de deelnemers het model van de proceskunst met de kansen van het vraaggericht ontwikkelen. Laat alle losse initiatieven in de wijk tot een strategie komen en denk na, over de vraag hoe 'wij' de wijk rendabel en volhoudbaar houden, adviseert hij het lab. 'Zoek een balans tussen actief en passief handelen, dit betekent interactie met stakeholders en flexibiliteit van instituties en hun professionals.' Om dit te verduidelijken refereert Teisman naar het huidige regeerakkoord, dat in plaats van een vastgesteld masterplan, fungeert als openingsbod om tot het gewenste einddoel te komen.

Openingsbod voor de Groenezoom, Vreewijk

Wat is het openingsbod voor de Groenezoom? Dat is de opdracht aan de deelnemers van het levend lab. Een opgave in een gebied met veel partijen, uiteenlopende belangen, een lange historie, soms heftige emoties maar bovenal een wijk met kansen en kanrijke bewoners. Het is de kunst om dit aan elkaar te verbinden.

Van gedeeld belang naar gedeeld verlangen

De YURPS hebben zelf volop ideeën voor de Groenezoom: een stadstuinwinkel, een etalagewinkel waar je een plank kunt huren voor de verkoop van je eigen creaties, een naaiatelier, de herinrichting van het plein voor het 'Witte paard' of een klussenwerkplaats. Eigenlijk is alleen nog draagvlak nodig voor het beste idee, het gedeelde belang. Op het raam van het lege winkelpand werd een poster geplakt waarop de gebruikers van de wijk hun wensen kenbaar konden maken.

Al snel zijn de YURPS erachter dat het gedeelde belang niet de oplossing is. Het gaat veel meer om het gedeelde verlangen van al deze groepen; de wens van de Groenezoom als de ontmoetingsplek van Vreewijk. Om dit te bereiken is een coalitie nodig tussen Havensteder, de ondernemers en de gemeente. Alleen zo ontstaat een klimaat om ideeën uit te laten groeien tot initiatieven.

Openingsbod 'Vreewijk initiatief' - inzet van tijd, geld en creativiteit

Een andere voorwaarde om tot een verandering van *mindset* te komen is het schakelen tussen tijd, geld en creativiteit. Deze drie schaarse economische middelen zijn altijd in meer of mindere mate voorhanden, stellen de YURPS. Ook in Vreewijk. Maar ze kunnen slimmer worden ingezet. Er is een middel nodig om dit te activeren. Havensteder en ondernemers moeten elkaar gaan uitnodigen en uitdagen om samen tot slagkracht te komen. 'Maak partijen tot co-producent met een eigen verantwoordelijkheid, maar ook eigen vrijheden'.

Openingsbod in de praktijk: middenberm en winkelleegstand

Op welke wijze kan Havensteder met een openingsbod van start? De uitstraling van de Groenezoom heeft als eerste een grote kans van slagen. Havensteder en de gemeente nodigen de stakeholders in de wijk uit om met elkaar een schets te maken voor een inrichtingsvoorstel. De tuincommissies en vrijwilligers van educatieve tuin De Enk kunnen met concrete voorstellen voor de invulling komen, maar benoemen ook de eigen rol en bijdrage. Havensteder pakt zijn rol in het wegnemen van mogelijke blokkades.

Aanpak winkelleegstand

Om de leegstandsperiode in de winkelplint slim te overbruggen nodigt Havensteder de zittende ondernemers uit voor de tijdelijke invulling van leegstaande winkelpanden. Hiervoor is het netwerk aan ondernemers, opgebouwd voor de

seizoensmarkt, zeer kansrijk. Dit vraagt van Havensteder een flexibele omgang met regels en het werken met huurkortingen.

Doe-het-zelf

Na de presentaties van de twee scenario's van de YURPS geven de stakeholders hun eerste reacties.

De YURPS hebben het karakter van de wijk goed weten te vangen geeft Havensteder aan. De doe-het-zelf-mentaliteit is het dna van deze wijk en dat moeten we benutten voor het verbeterplan. Het zoeken naar onze eigen rol, de wijze van uitnodigen en het delen van het eigenaarschap zijn stappen die nog verder gezet moeten worden. Ook is het opzetten van een revolving fund met gedeeld eigenaarschap kansrijk voor de wijk.

Vanuit de ondernemers blijkt dat ze nu echt willen doorpakken op concrete inrichtingsvoorstellen, waarbij dit levend lab in hun ogen nog wel wat verder had mogen gaan. Maar, zo geven de YURPS terug, wij kunnen het wel bedenken, maar de rol van co-product met eigen inzet en bijdrage kunnen wij niet voor jullie bepalen. Het denkkader moet door de stakeholders onderling worden ingevuld.

Dit kader biedt ook ruimte aan de inspiratie die Ferdinand Sikken, de voorzitter van Vreewijk Cultuur, heeft opgedaan in Groot-Brittannië: de zogenaamde National Trust. Dit is een vereniging met leden en vrijwilligers om plaatsen met historisch belang of natuurlijke schoonheid te behouden. Tuindorp Vreewijk met haar beschermde stadsgezicht zou meer werk van haar kwaliteiten kunnen maken. De seizoensmarkt, de verborgen tuinenroute en de museumwoning dragen bij aan een andere manier van stads- en wijkpromotie, net als de ideeën voor de verweesde beeldenroute. Het slim bundelen van de ideeën en initiatieven die leven in de wijk zijn de volgende stap in een succesvolle uitvoering van het verbeterplan en het aantrekken van nieuwe bezoekers.

Volledige Levend lab adviezen

De adviezen van de YURPS zijn te [downloaden](#) als pdf-bestand.

Welkom in Mooi Vreewijk

Het product van het lab-team dat inzoomt op het gedeeld verlangen. De wens is een ontmoetingsplek, maar dat is niet gelijk aan een winkelstrip. Hoe kom je tot een ontmoetingsplek? Er is genoeg energie, maar betrokkenheid is niet gelijk aan draagvlak, een idee is niet meteen een initiatief, geld gebrek is niet altijd een blokkade.

Openingsbod: Kracht van Vreewijk

Het schakelen tussen de economisch schaarse middelen: tijd, creativiteit en geld. Kansen liggen er bij de nog niet gemaakte verbindingen. Organiseer een collectief voor de winkelstrip, zorg voor een 'financieel middel' om geld te mobiliseren. Havensteder moet een andere rol pakken: uitnodigen en ruimte bieden. Start met de uitstraling van de Groenezoom (en de middelberm) en aanpak van de leegstand. Gebruik de kracht die al aanwezig is.

Blogs

Vreewijkeconomie, Steven Stolk, SITE urban development

In de VS zijn studies die het woordje 'urban' voor 'community' hebben verwisseld. Hierin schuilt iets fundamenteels: ontwikkeling van de stad begint bij de vraag wie de stad maakt. Ook in Vreewijk zijn dat de Vreewijkers. [>>>](#)

Levend lab, Leonie van den Hoek, Grontmij

Denk in de middelen tijd, geld en creativiteit. Deze drie zijn altijd in meer of mindere mate voorhanden. Ook in Vreewijk. Maar ze kunnen slimmer worden ingezet wanneer de ondernemers en Havensteder elkaar gaan uitnodigen en uitdagen. [>>>](#)

Column Marco Redeman, Winkelstraatdokter

Tuindorp Vreewijk, 4 en 5 juli 2013

De meeste winkeliers die ik ken doen iedere ochtend de deuren van hun winkel open, in de hoop dat de consument van 2008 weer terugkomt. Want nu is het crisis, mensen hebben minder te besteden en hebben geen vertrouwen, door wegwerkzaamheden zijn we slecht bereikbaar, er is veel bouwverkeer en doordat verderop in de straat twee winkels leegstaan is er bij mij minder loop. Dus het is uitzingen. Straks komen de mensen wel weer.

En de meeste ontwikkelaars, beleggers, makelaars, beheerders en adviseurs denken hetzelfde. Dit is een lastige periode, maar daar komen we doorheen en dan zullen de bestedingen weer aantrekken en onze winkelgebieden weer beter gaan draaien.

Alsof we in 2008 een stap terug hebben gezet, en we in 2014 dat een keer weer bijtrekken zodat we verder kunnen waar we gebleven waren. Maar het was geen stap terug, het was een bocht van 90 graden. We zijn gewoon véerder gegaan, alleen een andere kant op. En als we ná de crisis de volgende stap zetten zijn we dus niet terug in 2008, maar er twee keer zover van verwijderd.

De consument uit 2008 komt niet meer terug... De wereld verandert! Razendsnel.

Over niet al te lange tijd vinden we de Google-bril, de 3D-printer en de zelfrijdende auto net zo gewoon als nu de smartphone. Maar de wereld verandert niet alleen door de crisis en technologische ontwikkelingen. Ook bijvoorbeeld door de onbeperkte communicatiemogelijkheden, het omvallen van oude instituten, het verdwijnen van oude zekerheden en door revoluties op b.v. vastgoedmarkt en arbeidsmarkt.

En misschien nog wel het belangrijkste: WIJ veranderen. Hoe we denken, wat we verwachten, wat we doen.

Het Nieuwe Winkelen is daar één van de gevolgen van. We hebben minder uit te geven, en wát we uitgeven doen we bewuster. We hebben véél meer informatie tot onze beschikking, inclusief de mening van mensen die we vertrouwen of waar we tegen op zien. Die informatie stuurt onze aankoopbeslissing.

We hebben meer aankoopkanalen tot onze beschikking dan vroeger, met als belangrijkste kanaal natuurlijk internet. Maar er zijn ook veel meer mogelijkheden tot onderlinge samenwerking: als ik een witte bank wil kopen kan ik 99 andere mensen zoeken die ook zo'n bank willen, en dan bestellen we die gezamenlijk bij de fabriek in China. Voor een fractie van de prijs bij IKEA.

De tussenhandel verdwijnt in rap tempo. Neem de ANWB, die via hun website auto's verkoopt. Zet een vinkje bij de gewenste kleur en druk op "Bestellen".

We geven onze schaarse euro's dus niet meer alleen uit in winkels, maar er komen wel nog steeds nieuwe winkels bij. Dus zijn er teveel winkels, stoppen winkeliers er noodgedwongen mee en ontstaat er leegstand.

Leegstand in een winkelstraat zorgt voor minder publiek, waardoor de andere winkels nóg minder inkomsten krijgen, en de rest laat zich raden. En het wordt nóg erger. Ik zal jullie verklappen wat een nog veel grotere dreun wordt voor de huidige winkels dan de huidige crisis.

De lokale webshops. Met kwalitatief uitstekende producten, met een sympathiek verhaal, met het schoolplein als reclameplaats, met burens en vrienden als ambassadeurs, zonder hoge huur van een winkelpand, buitengewoon flexibel, gewend aan netwerken en samenwerken.

Dat zijn nu nog niet zulke goede ondernemers, maar ze leren snel, en over een jaar is het een volwaardig online retail-kanaal met een aanzienlijk lokaal marktaandeel. Het is dus logisch dat winkelstraten het moeilijk hebben. En de kleinere, oudere winkelgebieden nog wel het meest. Is dat erg?

Of is dat misschien een onvermijdelijk gevolg van die veranderende wereld? Net als de reorganisaties bij grote telecombedrijven omdat we niet meer bellen en SMS-en. Oude waarden en oud denken passen niet meer, dus verdwijnen. De crisis die zorgt voor een wereldwijde financiële opschoonactie. Hoort erbij en zorgt misschien voor een mooiere, logischere en eerlijkere wereld. Moeten we ons er gewoon bij neerleggen dat die kleine buurtwinkelstrip niet meer van deze tijd is?

Ik denk het niet.

De Groenezoom, hier, is als het goed is niet alleen een toevallige plek waar je spullen kunt kopen. Het is veel meer. Het is de fysieke en mentale verbinding tussen twee delen van Vreewijk. Het is een ontmoetingsplek. Het is wat heel vroeger het dorpsplein was, met een veelheid aan functies, maar waar in de loop van de tijd de winkelfunctie dominant is geworden.

Een wijk heeft een hart nodig. Ook in 2013. Dus wat nou als we ervoor kunnen zorgen dat dat dorpsplein weer terug komt. Met de kerk, het café, de dorpsomroeper, de galg, de blaaskapel, de dokter, de school. EN de markt. Maar dan modern en toekomstbestendig. De sleutel voor de toekomst van winkels ligt bij de mensen die er geld willen uitgeven.

En ik denk dat je dat alleen nog maar in voldoende mate kunt bereiken door het betrekken van bewoners en bezoekers bij het winkelgebied. Zorg ervoor dat mensen trots zijn op hun winkelgebied. Dat ze het de ondernemers gunnen en dat ze ambassadeurs worden van het gebied. "Daar zit mijn bakkertje" en "Die platenzaak mag daar natuurlijk nooit weg."

En tegelijkertijd gaat het dus niet meer alleen over die winkels. Het is geen winkelgebied, maar een ontmoetingsplek. En als je maar genoeg mensen op die ontmoetingsplek weet te krijgen gaan ze er vanzelf ook hun boodschappen doen.

Als je bewoners en bezoekers écht wilt binden dan zorg je ervoor dat ze niet alleen maar consument zijn, maar ook mede-producent, ambassadeur, en zelfs mede-eigenaar van het gebied.

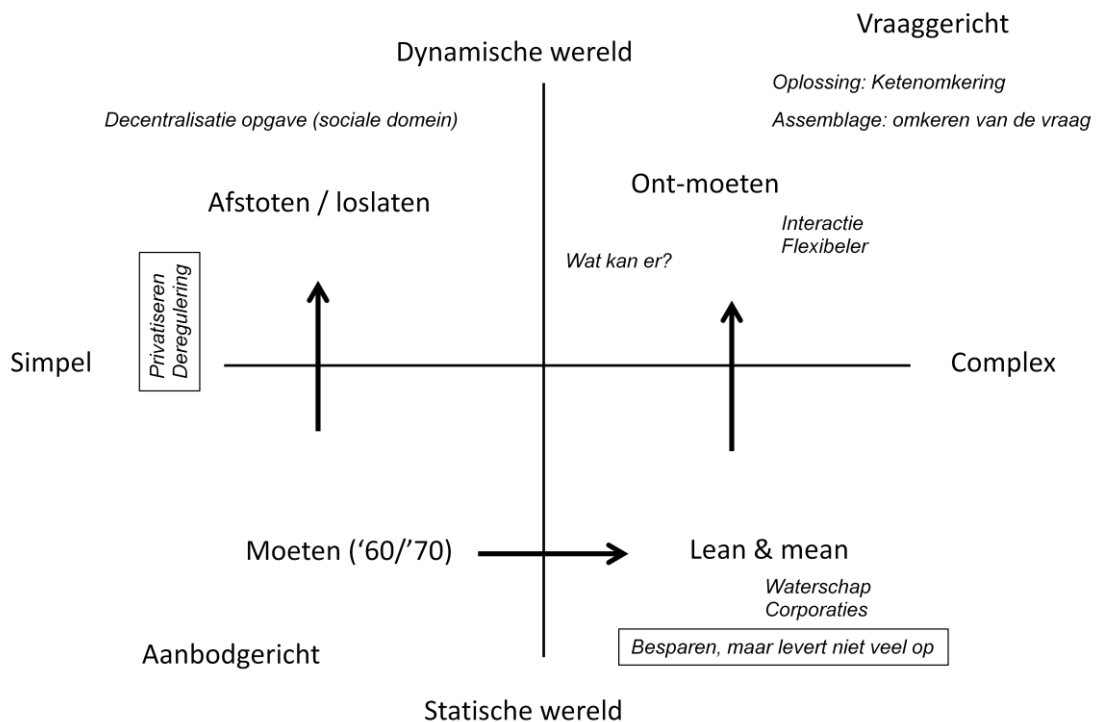
Dat kan bijvoorbeeld door ze te vragen wat ze er zouden willen doen, door ze uit te dagen mee te ondernemen, door een ruimte aan te bieden voor wisselende lokale ondernemers (óók de webshophouders), door de zelfstandig professionals bij jou te laten flexwerken, door bewoners een deel van het activiteitenprogramma te laten organiseren, of zelfs door ze aandeelhouder te maken.

Het winkelgebied wordt weer het oude dorpsplein. Dáár gebeurt het. Dáár moet je zijn. Maar vooral: dat is MIJN dorpsplein. Het hart van de wijk wordt echt het hart VAN de wijk. En dat kan ook in Vreewijk.

Proceskunst

Geert Teisman, hoogleraar bestuurskunde, Erasmus Universiteit Rotterdam en wetenschappelijk directeur Platform31.

Schema van aanbod- en vraaggericht ontwikkelen



Formule gebiedsontwikkeling:

Resultaat = 30% Actie + 40% Interactie + 30% Events

Assemblage-model

Assemblage is het omkeren van de keten, gedreven vanuit vraagsturing. Hier

ontstaat uit nieuwe ruimte voor professionals. Het vastleggen is geen eindbod, maar een veranderbod.

Stappen:

1. Laten groeien van initiatieven (nog niet stevig genoeg → gieter erbij)
2. Combineren van initiatieven, speel hiermee. (Denk aan de uitvinden van de Senseo tussen mensen van Philips en DE).
3. Toetsen (schakel hierbij derdebelanghebbenden niet uit)
4. Elementen van buiten toevoegen (om het sluitend te krijgen)

Deelnemers

YURPS

- Ivo de Lijster, Eigenhaard
- Edwin Hans, Site Urban Development
- Saskia Ruijsink, Institute for Housing and Urban Development Studies
- Ellen Dijkshoorn, Beaumont Communicatie
- Steven Stolk, SITE urban development
- Vera Beuzenberg, Trainee Woonstad/Havensteder
- Heike Faber, Digitale steden agenda
- Dieneke van Dijken, de Bakkerij
- Sietske Gramsma, De Bakkerij
- Leonie van den Hoek, Grontmij
- Wietske Wolf-Lutz, HKB stedenbouwkundigen

Havensteder

- Christian Zwart
- Anne Ageeth Slegtenhorst
- Bianca Kreuk
- Tanja Morsheim
- Mildred Pijnenborg

Ondernemers, professionals en andere stakeholders

- Ferdinand Sikken, Stichting Cultuur Vreewijk
- Toos de Groot, Ondernemend Vreewijk
- Okach Bouchtaoui, Deelgemeente Feyenoord
- Shakira van Steenis, Bureau Graswortel
- Gerrit Roukens, educatieve tuin de Enk
- Ondernemers aan de Groenezoom: supermarkt MCD, Dob fotostudio, slager, Luchtwerk, Wereldwinkel, viswinkel, Witte Paard, Quist Beeld en Geluid

Platform31

- Annette Duivenvoorden
- Fanny Gelissen

Experts

- Geert Teisman, Platform31
- Marco Redeman, Winkelstraatdokter en coach

Over YURPS

Een netwerk van ruim 500 jonge professionals werkzaam op het gebied van stedelijke en regionale vernieuwing en ontwikkeling. Professionals die werken bij partners van Platform31 – van overheid tot adviseur, van corporatie tot ontwikkelaar en van belegger tot ontwerper. Dat zijn YURPS.

YURPS adviseren regelmatig over lokale vraagstukken. De adviezen zijn vaak eye-openers die de case-eigenaren na een middag locatiebezoek van de YURPS terugkrijgen. Het helpt scherper te kijken, maar YURPS willen ook echte verandering en experimenteeruimte.

Initiatieven van onderop

Professionals in de stedelijke ontwikkeling moeten een mindshift maken. Om steden vitaal en leefbaar te maken, moeten we toe naar een aanpak waarbij grote eindbeelden worden losgelaten, aansluiting wordt gezocht bij initiatieven van onderop en met een stapsgewijze werkwijze. Dit inzicht wordt al wat langer gedeeld, maar we moeten nu naar de echte verandering betogen de YURPS in november vorig jaar.

Levend lab op locatie

Het concept 'stedelijke vernieuwing op uitnodiging' kan niet meer vrijblijvend zijn en moet concreet worden. YURPS willen daarom hun statement maken en zoeken daarom naar een levend lab op locatie. Dit is een experimenteeruimte voor innovatie in kleine stappen, trial and error en de bijbehorende mindshift. De impasse in de stad maar ook het aflopen van het rijksbudget ISV maakt de urgentie tot innovatieve op lokaalniveau duidelijk.

Klein beginnen

De belangrijkste omslag in werkwijze is om klein te beginnen in plaats van het grote omvattende plan als basis te nemen. Vooral niet leunen op de systeemlogica van organisaties. De samenleving en instituties moeten uit hun comfortzone komen. De instituties moet leren om minder te doen en de samenleving moet meer eigengereid en actief worden. Het vraagt om het heruitvinden van de rol van de instituties, en daar vindt de professionele vakwereld haar nieuwe legitimiteit. Professionals mogen veel creatiever omgaan met regels en experimenteren met regelvrije zones.

Best organisations

Het draait bij echte verandering om een ondernemende houding. Deze houding moet je niet alleen toeschrijven aan personen maar ook aan organisaties. Welke rol pakt een instituut en hoe gaat deze met de tijd mee? Instituties moeten vooral niet zelf alles willen uitvinden, want in veel gevallen gaat het ook om het aansluiten bij initiatieven en ideeën die er al zijn. Vaak zijn het de best persons die deze aansluiting weten te vinden, maar zij moeten kunnen opereren in organisaties waar dit ook

mogelijk is: de zogenaamde best organisations. Laten we zorgen dat we met elkaar slimme en creatieve vakprofessionals zijn en blijven. YURPS maken dit in hun levend lab concreet.

Wat doen YURPS?

YURPS trainen vaardigheden, discussiëren, bloggen en adviseren. Actuele vakinhoud, competentieontwikkeling en uitwisseling – onderling en met ervaren professionals – zijn rode draad in de bijeenkomsten als regionale rondetafelgesprekken, de competentiedag en het (levende) lab.

Meer informatie

Kijk op www.yurps.nl, onder meer blogs over de noodzaak van verandering.

Platform31

Platform31 is een netwerkorganisatie die kennis ontwikkelt, duidt en verspreidt over maatschappelijke thema's binnen stad en regio. Wij doen dit door het begeleiden van [onderzoek](#) en [experimenten](#), het organiseren van [verdiepende en agenderende partnerbijeenkomsten](#), het organiseren van [cursussen en debatten](#) en het verspreiden van kennis via diverse mediakanalen.

Dit verslag is geschreven door Annette Duivenvoorden en Fanny Gelissen,
Platform31

Platform31 – Den Haag
Koningin Julianaplein 10
2595 AA Den Haag
www.platform31.nl
www.yurp.nl