

Op Wateren

*Hoe identiteit een belangrijke rol kan spelen bij het bevorderen van de
saamhorigheid in de wijk Feijenoord*



verleden



*heden
van de Persoonshaven*



toekomst

Goytom Negassi
Sanne Loeve
Daniëlle Bakker
Femke van de Meulengraaf

Indeling

op Wateren

Strategie

- OpWateren
- Fase 1
- Fase 2
- Fase 3

Onderzoek

- Ruimtelijke kwaliteiten van water
- Identiteit

Uitwerking strategie

- Fase 1
- Fase 2
- Fase 3

Conclusie

- Evaluatie
- Vragen

Wat is OpWateren

Betekenis OpWateren:

‘De ruimtelijke kwaliteiten van het water gebruiken om de saamhorigheid te bevorderen.’

- Benutten ruimtelijke kwaliteiten water
- Water is centrum van bedrijvigheid en activiteit
- Bewoners zijn betrokken bij elkaar en de wijk
- Bevordert saamhorigheid in de wijk

Strategie

- **OpWateren**
- Fase 1
- Fase 2
- Fase 3

Onderzoek

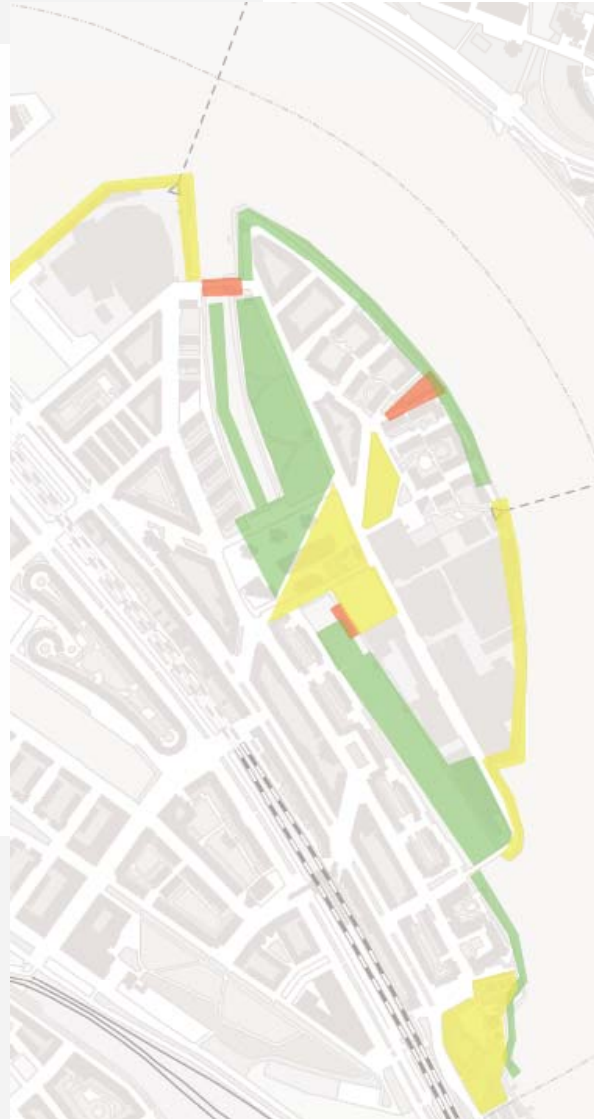
Uitwerking strategie

Conclusie

Wat is OpWateren

Hoe dit te bereiken:

- Water (en openbare ruimte) een functie geven
- Relatie Water & Wijk
- Betere uitstraling van de wijk
- Ontmoetingsplekken creëren



Strategie

- **OpWateren**
- Fase 1
- Fase 2
- Fase 3

Onderzoek

Uitwerking strategie

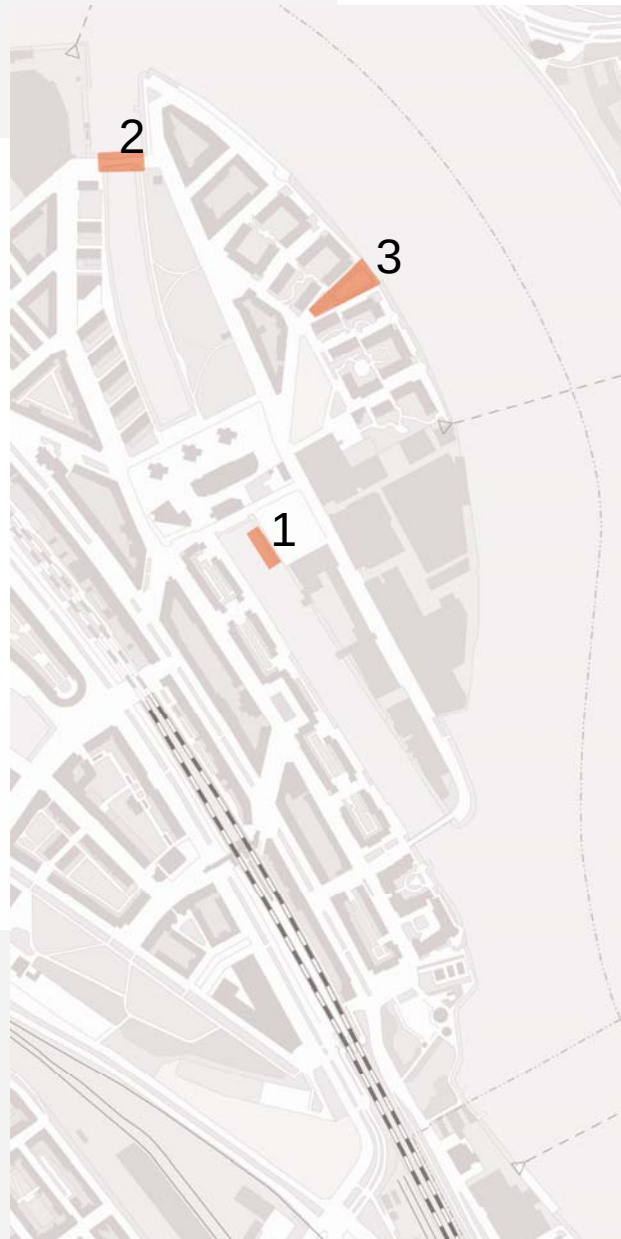
Conclusie

Strategie

Fase 1 (1 jaar)

Ingrepen:

- 1 Plaatsen jongerenschap in de Persoonshaven
- 2 Nassaubrug verbreden
- 3 Speelplaats in Feijenoordhaven realiseren
- Aansluiten bij de Wereldhavendagen



op Wateren

Strategie

- OpWateren
- **Fase 1**
- Fase 2
- Fase 3

Onderzoek
Uitwerking strategie
Conclusie

Strategie

Fase 2 (5 jaar)

Ingrepen:

- Relatie tussen water en wijk realiseren
 - 1. Kades van Nassauhaven
 - 2. Nassauhavenpark
 - 3. Kades aan de Maas
 - 4. Persoonshaven
 - 5. Kade Schietloodstraat
 - 6. Gebied rond Mallegat
- 7. Persoonsdam deel 1
- 8. CultuurHal aan Persoonshaven
- 9. Helderheidplein, relatie met Hunter Douglas realiseren (9)
- Event rond Wereldhavendagen uitbreiden



Strategie

- OpWateren
- Fase 1
- **Fase 2**
- Fase 3

Onderzoek
Uitwerking strategie
Conclusie

Strategie

Fase 3 (10 jaar)

Ingrepen:

1. Verlengen van Feijenoordkade
2. Kwaliteit van Nassaukade verhogen
3. Voormalig Eco-park een functie geven
4. Persoonsdam deel 2
5. Parkeerplaats, relatie met water en Hunter Douglas
6. Mallegat
 - Een op zich staand event organiseren



Strategie

- OpWateren
- Fase 1
- Fase 2
- **Fase 3**

Onderzoek
Uitwerking strategie
Conclusie

OpWateren Fase 3

Fase 3 (10 jaar)

Toelichting:

- Sterke identiteit
- Al het water is toegankelijk en heeft een functie
- Alle openbare ruimte heeft een functie
- Positief imago
- Water is 'het' centrum & ontmoetingsplek



Strategie

- OpWateren
- Fase 1
- Fase 2
- **Fase 3**

Onderzoek

Uitwerking strategie

Conclusie

Ruimtelijke kwaliteiten van water



Historische waarde



Rotterdam de Persoonshaven 1930



Strategie
Onderzoek

- Ruimtelijke kwaliteiten
- Identiteit

Uitwerking strategie
Conclusie

Ruimtelijke kwaliteiten van water



Het vele water wordt niet benut

Strategie
Onderzoek

- Ruimtelijke
kwaliteiten

- Identiteit

Uitwerking strategie

Conclusie

Identiteit

Identiteit wordt benaderd vanuit vier invalshoeken:

1. Sociaal
2. Fysiek
3. Geografisch
4. Historisch

op Wateren

Strategie
Onderzoek

- Ruimtelijke
kwaliteiten

- **Identiteit**

Uitwerking strategie

Conclusie

Identiteit

1. Sociale identiteit:

- Omgangsvormen tussen de bewoners
- Relaties binnen wijk
- De tradities in een wijk
- De culturen in een wijk

op Wateren

Strategie
Onderzoek

- Ruimtelijke
kwaliteiten

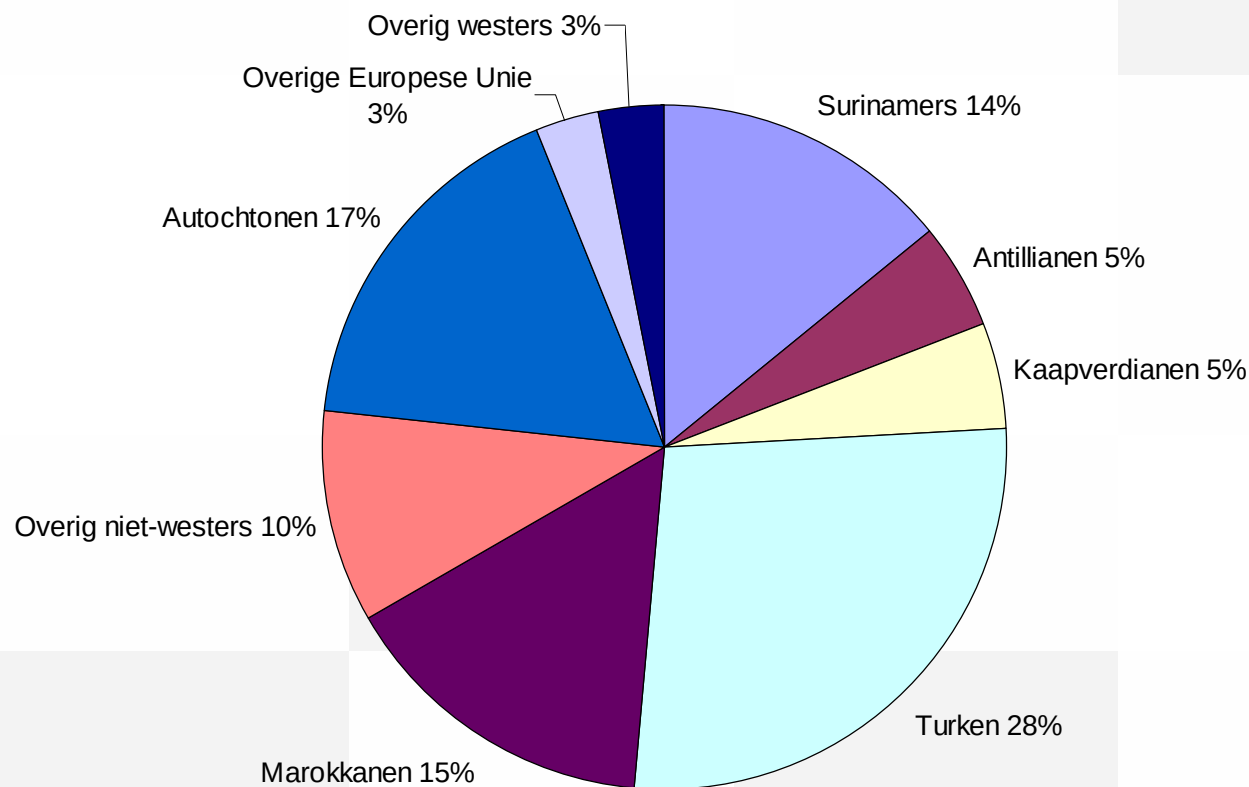
- **Identiteit**

Uitwerking strategie

Conclusie

Sociale-identiteit Feijenoord

Etniciteiten Bevolking Feijenoord [%]



Bron: Buurtmonitor Rotterdam (2009)

Veel verschillende etniciteiten

Strategie
Onderzoek

- Ruimtelijke
kwaliteiten

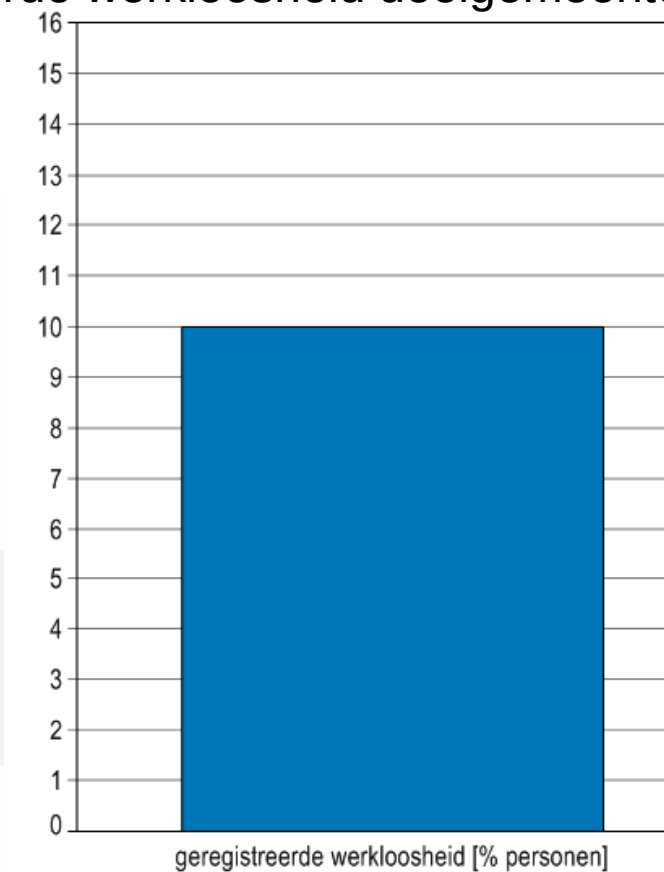
- **Identiteit**

Uitwerking strategie

Conclusie

Sociale-identiteit Feijenoord

Geregistreerde werkloosheid deelgemeente Feijenoord



Perioden ■ 2009

Strategie
Onderzoek

- Ruimtelijke
kwaliteiten

- **Identiteit**

Uitwerking strategie

Conclusie

Identiteit

2. Fysieke identiteit:

- Architectuur
- Stedenbouwkundige structuur
- Bouwkundige staat woningen
- Woningvoorraad
- Openbare ruimte
- Verkeersstructuur

op Wateren

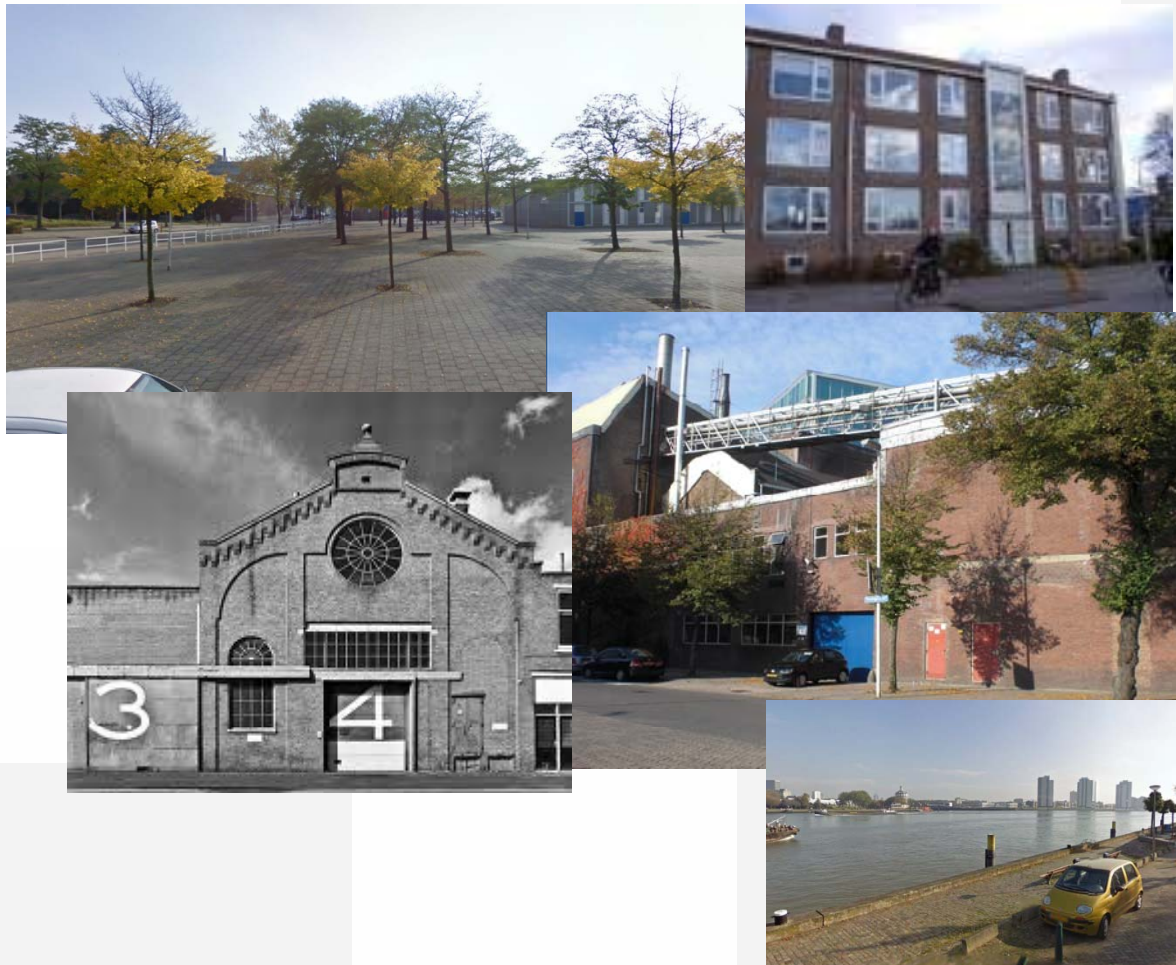
Strategie
Onderzoek

- Ruimtelijke kwaliteiten

- **Identiteit**

Uitwerking strategie
Conclusie

Fysieke-identiteit Feijenoord



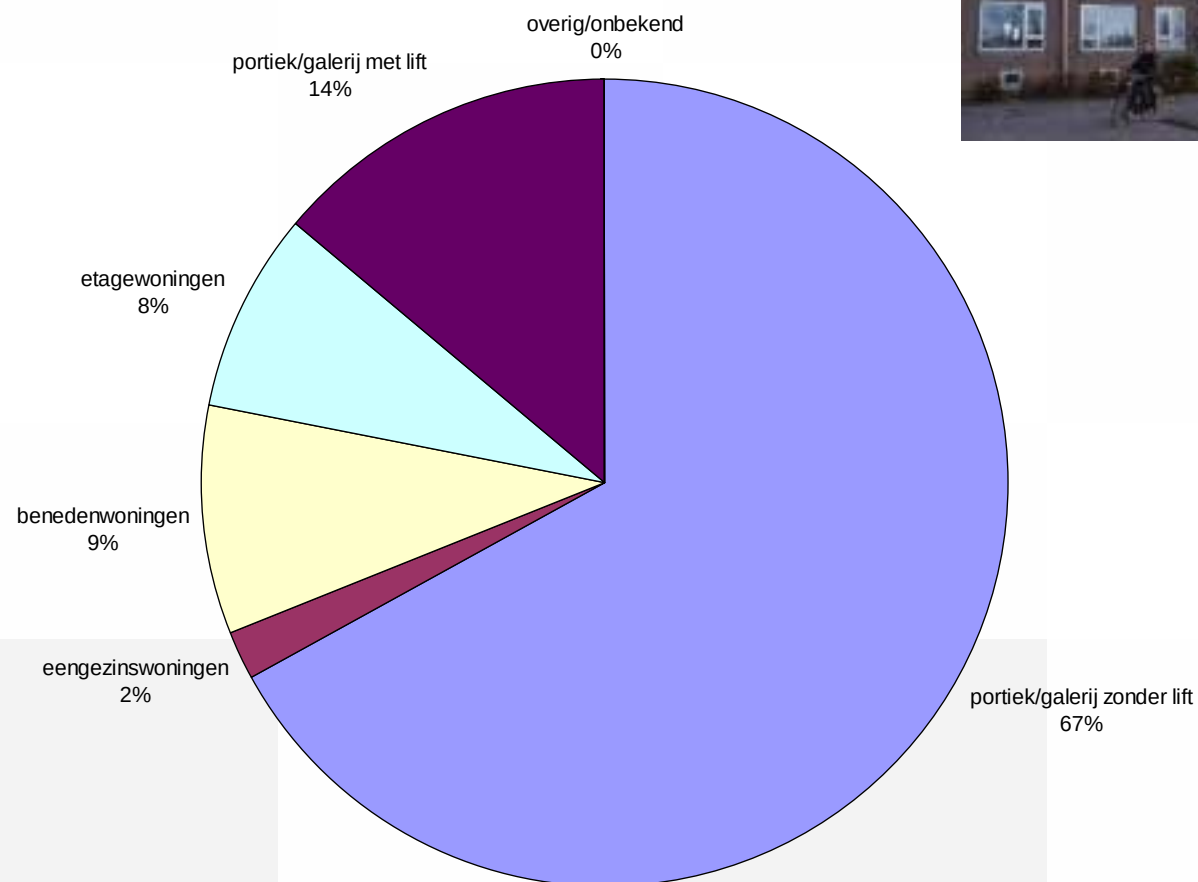
Strategie
Onderzoek

- Ruimtelijke kwaliteiten
- **Identiteit**

Uitwerking strategie
Conclusie

Fysieke-identiteit Feijenoord

Woningtype Feijenoord [%]



Strategie
Onderzoek

- Ruimtelijke
kwaliteiten

- Identiteit

Uitwerking strategie

Conclusie

Bron: Buurtmonitor Rotterdam (2009)

Identiteit

3. Geografische identiteit:

- De locatie van de wijk ten opzichte van de omgeving
- Aansluitingen met de omgeving
- Op welke manier maakt de wijk gebruik van haar omgeving
- In wat voor veld bevindt de wijk zich zowel fysiek, als sociaal, cultureel en economisch gezien

op Wateren

Strategie
Onderzoek

- Ruimtelijke
kwaliteiten

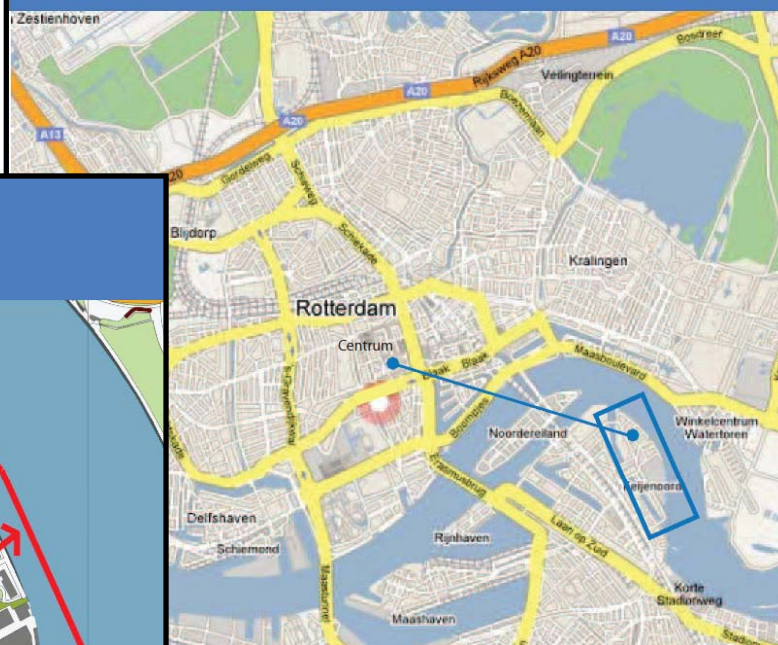
- **Identiteit**

Uitwerking strategie

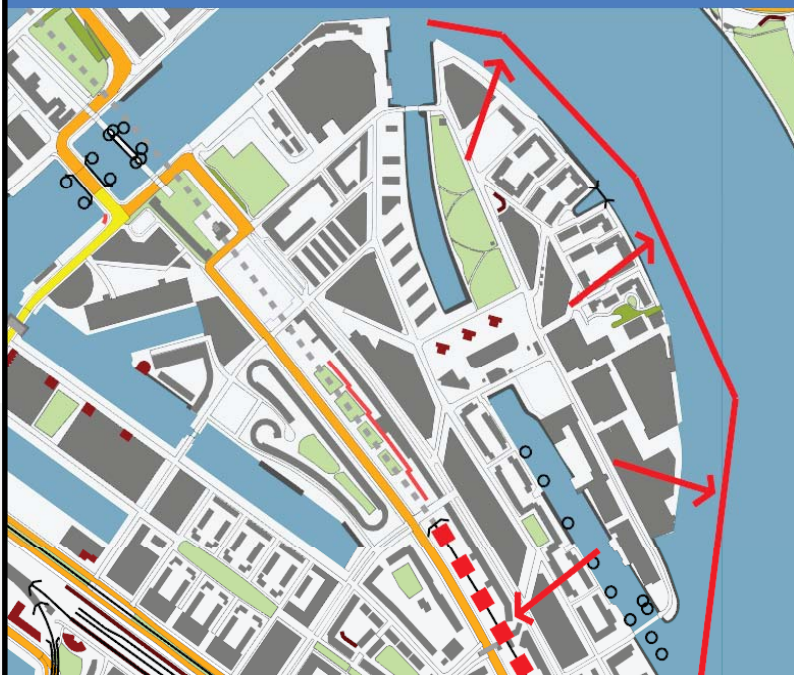
Conclusie

Geografische-identiteit Feijenoord

Geografische ligging



Geografische ligging



Strategie
Onderzoek

- Ruimtelijke kwaliteiten

- **Identiteit**

Uitwerking strategie

Conclusie

Identiteit

4. Historische identiteit:

- Geschiedenis, hoe is de wijk ontstaan, geëvolueerd
- Fysiek (monumenten, stedenbouwkundige structuren)
- Welk effect de geschiedenis heeft op het heden

op Wateren

Strategie
Onderzoek

- Ruimtelijke
kwaliteiten

- **Identiteit**

Uitwerking strategie

Conclusie

Historische-identiteit Feijenoord



Strategie
Onderzoek

- Ruimtelijke
kwaliteiten

- **Identiteit**

Uitwerking strategie

Conclusie

Historische-identiteit



Strategie
Onderzoek

- Ruimtelijke
kwaliteiten

- **Identiteit**

Uitwerking strategie

Conclusie

Identiteit

Waarom?

Identiteit:

- Eigen karakter, kenmerken wijk
- geen vaststaande identiteit
- verschillende percepties

Relatie identiteit en imago:

'Als identiteit is wat je bent, is imago wat je lijkt.' (Pellenbarg 1991, p.2)

Imago:

- Voorstellingsbeeld van iemand of iets
- Veroorzaakt door berichtgeving via media of derden
- Makkelijker om te krijgen dan het kwijt te raken

Doel van gebruik identiteit:

- Saamhorigheid bevorderen

op Wateren

Strategie
Onderzoek

- Ruimtelijke kwaliteiten

- **Identiteit**

Uitwerking strategie

Conclusie

Identiteit

Definitie Saamhorigheid:

'Het bij elkaar horen van mensen'



Waarom moet de saamhorigheid worden verbeterd?

- Veel etniciteiten, weinig contact ertussen

Saamhorigheid & Feijenoord

- Mensen elkaar laten ontmoeten
- Meer eenheid in de wijk
- 'ik ben een trotse Feijenoorder'

op Wateren

Strategie
Onderzoek

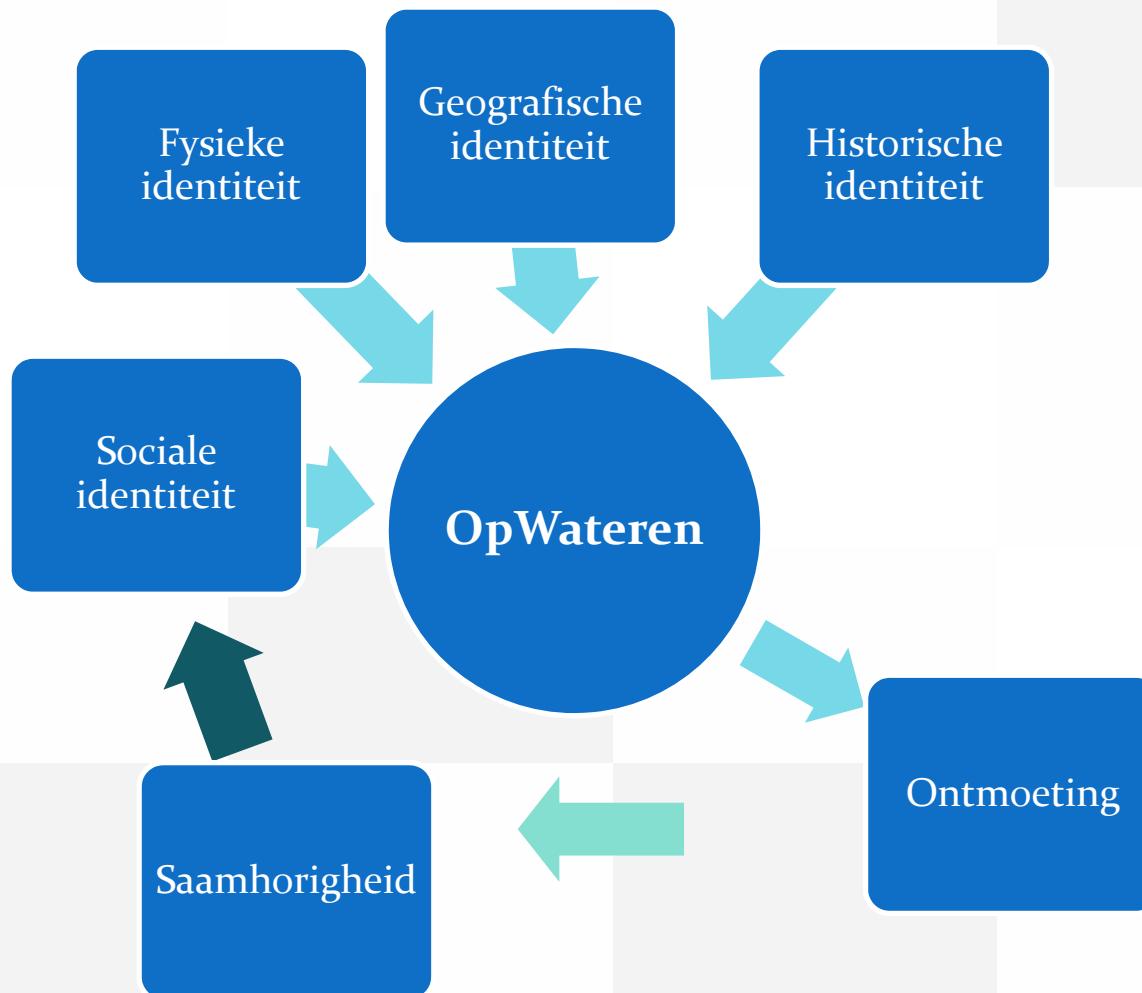
- Ruimtelijke kwaliteiten

- **Identiteit**

Uitwerking strategie

Conclusie

Identiteit



op Wateren

Strategie
Onderzoek

- Ruimtelijke kwaliteiten

- **Identiteit**

Uitwerking strategie

Conclusie

OpWateren Fase 1

Fase 1

- 1 Plaatsen jongerenschap in de Persoonshaven
 - 2 Nassaubrug verbreden
 - 3 Speelplaats in Feijenoordhaven realiseren
- Aansluiten bij de Wereldhavendagen

Toelichting:

- Snel resultaat zichtbaar
- Bereik in verschillende doelgroepen
- Spreiding over de wijk
- Identiteit versterken



Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- Fase 2
- Fase 3

Conclusie

Nassaubrug

op Wateren



Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- Fase 2
- Fase 3

Conclusie

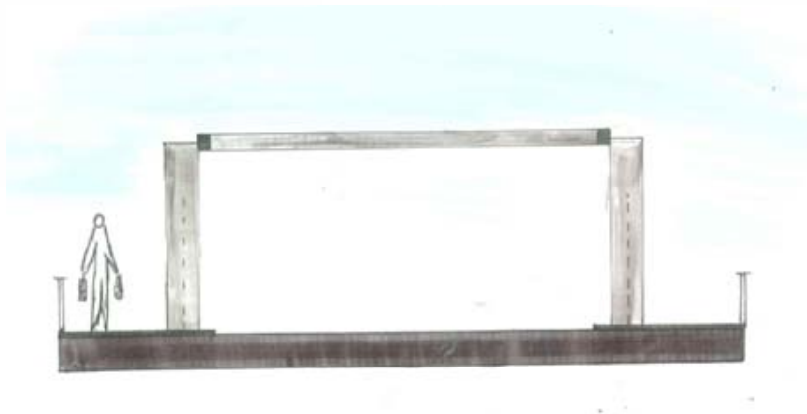
Huidige situatie:

- Onveilige brug door te smalle stoep
- Slechte doorstroming verkeer



Bronnen: Interviews bewoners en observatie in de wijk

Nassaubrug



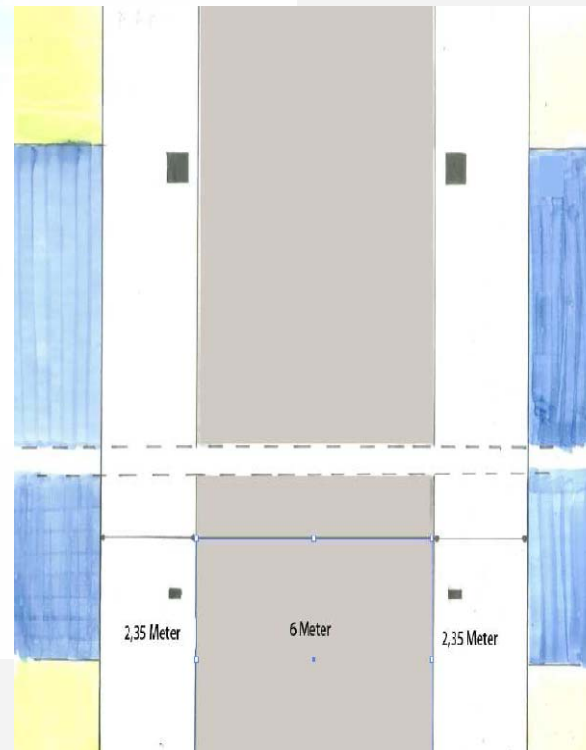
Ingrepen:

- Uiterlijk blijft hetzelfde
- Breder stoep

Identiteit & Saamhorigheid:

- Brengt mensen bij elkaar
- Vertrouwen terug krijgen

Bron: <http://www.grootlemmer.com>



Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- Fase 2
- Fase 3

Conclusie

Nassaubrug

op Wateren

Ingrepen:

- Uiterlijk blijft hetzelfde
- Breder stoep

Identiteit & Saamhorigheid:

- Brengt mensen bij elkaar
- Vertrouwen terug krijgen



Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- Fase 2
- Fase 3

Conclusie

Speelplaats Feijenoordhaven



Huidige situatie:

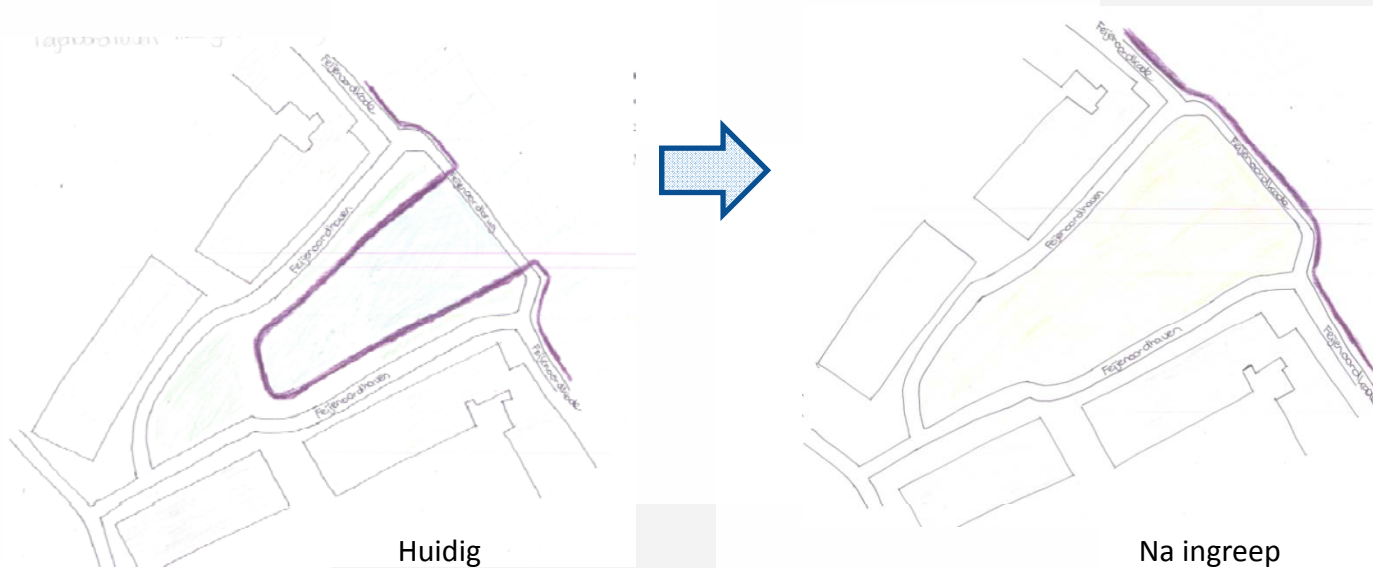
- Loze ruimte
- Vervuild
- Er gebeurt niets

Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- Fase 2
- Fase 3

Conclusie

Speelplaats Feijenoordhaven



Ingrepen:

- Kade dichtmaken en doortrekken
- Speeltuin realiseren met haven thema

Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- Fase 2
- Fase 3

Conclusie

Speelplaats Feijenoordhaven



Ingrepen:

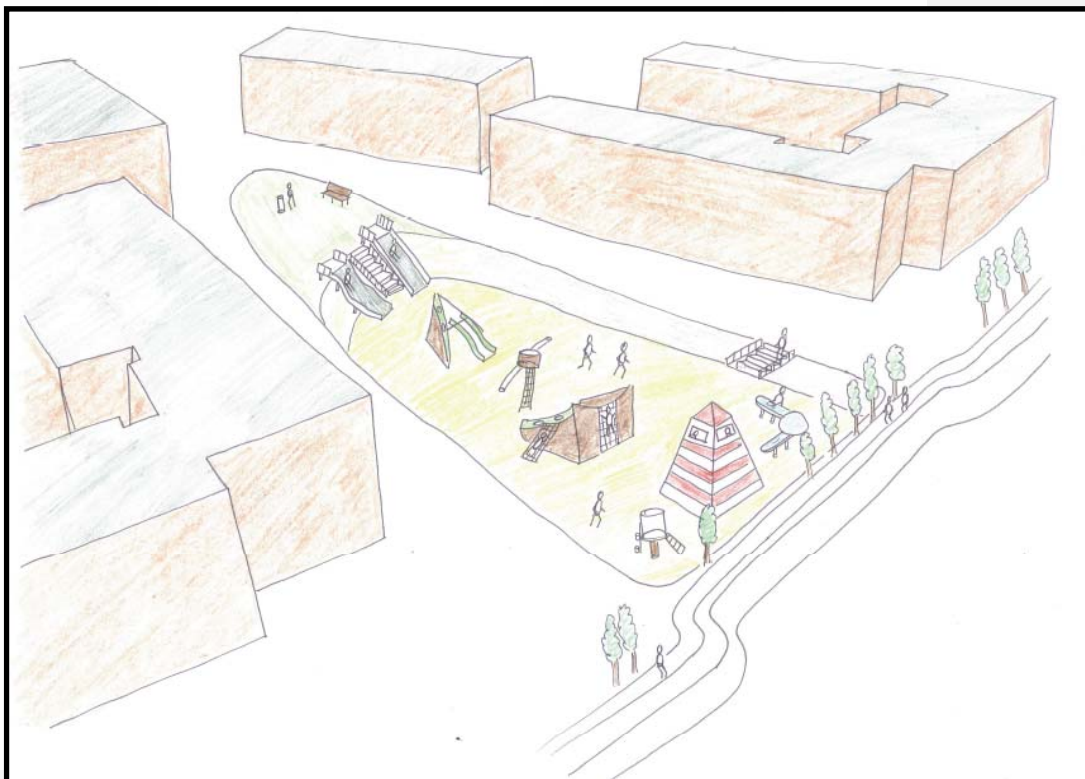
- Kade dichtmaken en doortrekken
- Speeltuin realiseren met haven thema

Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- Fase 2
- Fase 3

Conclusie

Speelplaats Feijenoordhaven



Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- Fase 2
- Fase 3

Conclusie

Ingrepen:

- Kade dichtmaken en doortrekken
- Speeltuin realiseren met haven thema

Speelplaats Feijenoordhaven

Betrokken actoren:

- Gemeente (DS+V)
- Woonstad
- Havenbedrijf



Gemeente Rotterdam



Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- Fase 2
- Fase 3

Conclusie

Identiteit en Saamhorigheid:

- Kinderen/ouders bij elkaar brengen
- Haven thema is historische identiteit
- Kinderen op jonge leeftijd in aanraking laten komen met haven identiteit

Jongerenschap Persoonshaven



Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- Fase 2
- Fase 3

Conclusie

Huidige situatie:

- Onvoldoende ruimte voor vrijetijdsbesteding van jongeren



Jongerenschip Persoonshaven



Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

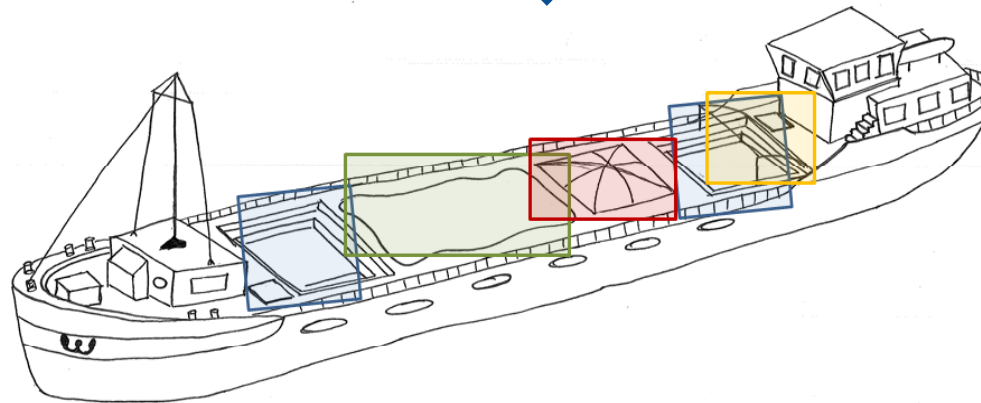
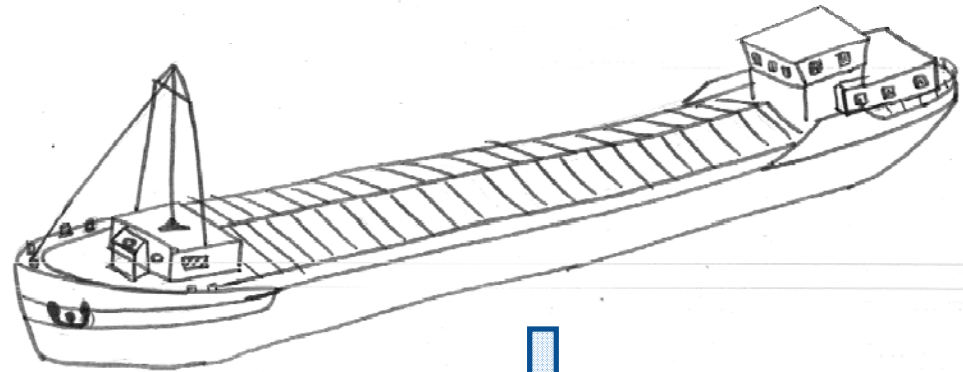
- Fase 1
- Fase 2
- Fase 3

Conclusie

Ingreep:

- Schip in Persoonshaven plaatsen
- Schip ombouwen tot jongerenschip

Jongerenschip Persoonshaven



Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- Fase 2
- Fase 3

Conclusie

Ingreep:

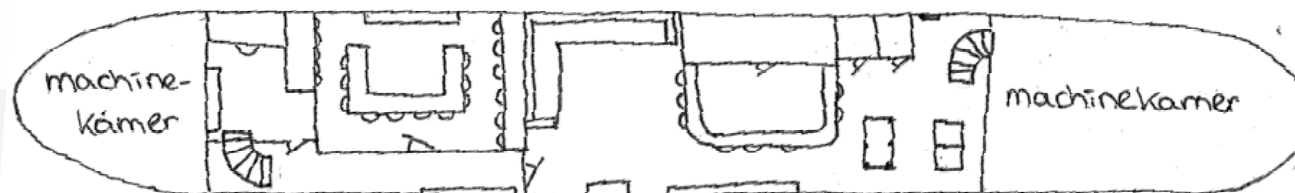
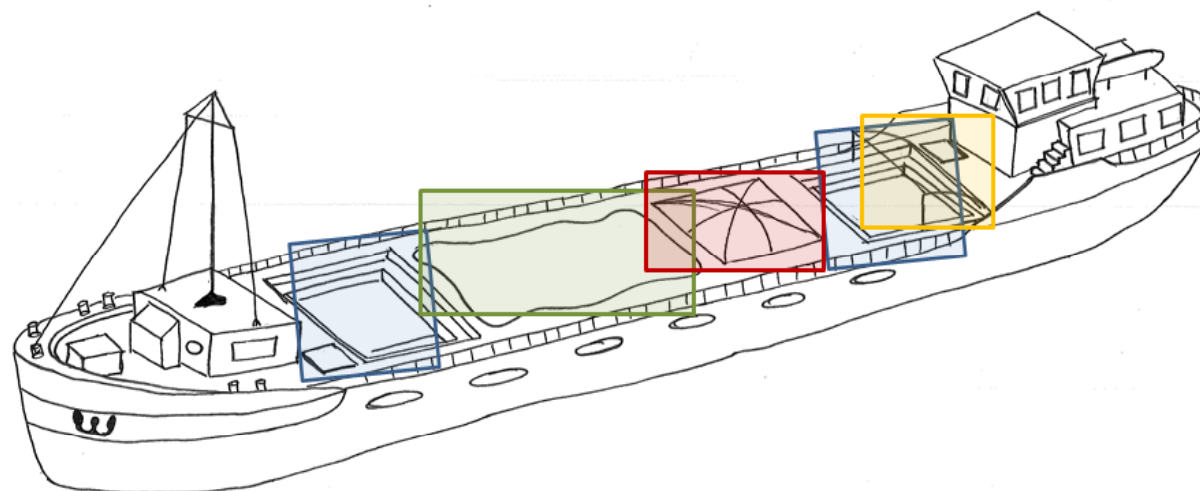
- Schip in Persoonshaven plaatsen
- Schip ombouwen tot jongerenschip

Jongerenschip Persoonshaven

Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- Fase 2
- Fase 3

Conclusie



Jongerenschip Persoonshaven

Betrokken actoren:

- Havenbedrijf Rotterdam
- Stichting Nieuwe Kans
- Stichting Welzijn Feijenoord
- Uniliver & Hunter Douglas
- Roteb



Identiteit en Saamhorigheid:

- Schip in haven is kenmerk historische identiteit
- Minder overlast van jongeren is een verbetering voor de sociale identiteit
- Jongeren komen samen op het schip

Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- Fase 2
- Fase 3

Conclusie

Wereldhavendagen

Wat bereiken:

- Rotterdam moet weer op de kaart staan in de hele regio
- Mensen voor recreatie aantrekken
- Saamhorigheid versterken
- Imago verbeteren
- Een kenmerk van de wijk

Waarom aansluiten bij de Wereldhavendagen:

- Goed werkende formule
- Trekt ieder jaar meer mensen aan
- Kwaliteit van het water benadrukken

Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- Fase 2
- Fase 3

Conclusie

Wereldhavendagen

op Wateren



Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- Fase 2
- Fase 3

Conclusie

Wereldhavendagen

Fase 1:

- Vanuit hoofdlocatie boot naar Feijenoord
- Demonstratie bij de hijskraan
- Rondleiding door de wijk
- Catering
- Opening speeltuin Feijenoordhaven
- Rondleiding voor basisscholen

Betrokken actoren:

- Organisatie Wereldhavendagen
- Bewoners van de wijk Feijenoord
- Gemeente
- Unilever
- Hunter Douglas
- Bedrijven/winkels uit Feijenoord
- Basisscholen

Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

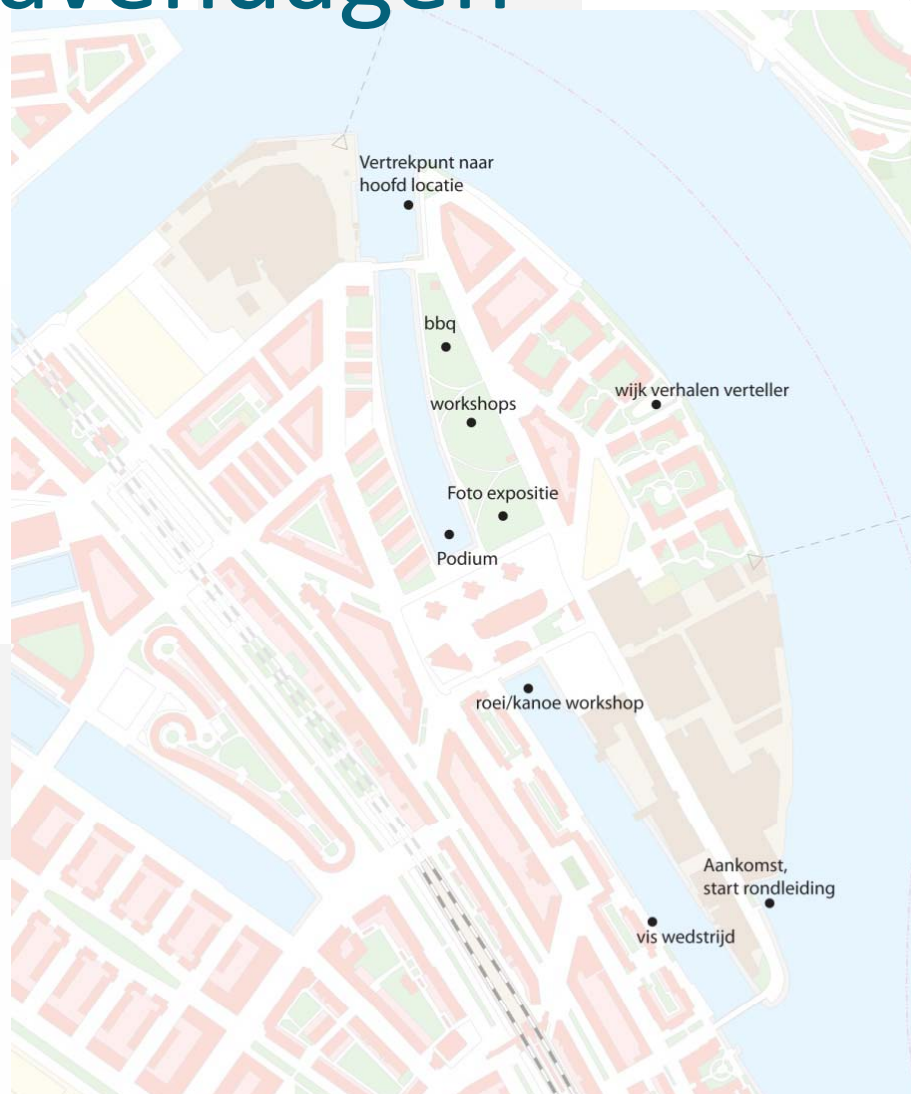
- Fase 1
- Fase 2
- Fase 3

Conclusie

Wereldhavendagen

Fase 2

- Opruimdag
- Workshop kunstenaars
- Roeiworkshop
- Viswedstrijd
- Grote bbq
- Theater voorstelling
- Piraten speurtocht
- Culturele avond
- Wijk verhalen verteller
- Foto expositie



Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1

- Fase 2

- Fase 3

Conclusie

Wereldhavendagen

Fase 3:

- Op zich staand event
- Goed stel basisactiviteiten

Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- Fase 2
- Fase 3

Conclusie

OpWateren Fase 2

Fase 2 (5 jaar)

Ingrepen:

- Relatie tussen water en wijk realiseren
 - 1. Kades van Nassauhaven
 - 2. Nassauhavenpark
 - 3. Kades aan de Maas
 - 4. Persoonshaven
 - 5. Kade Schietloodstraat
 - 6. Gebied rond Mallegat
- 7. Persoonsdam deel 1
- 8. CultuurHal aan Persoonshaven
- 9. Helderheidplein, relatie met Hunter Douglas realiseren (9)
- Event rond Wereldhavendagen uitbreiden



Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- **Fase 2**
- Fase 3

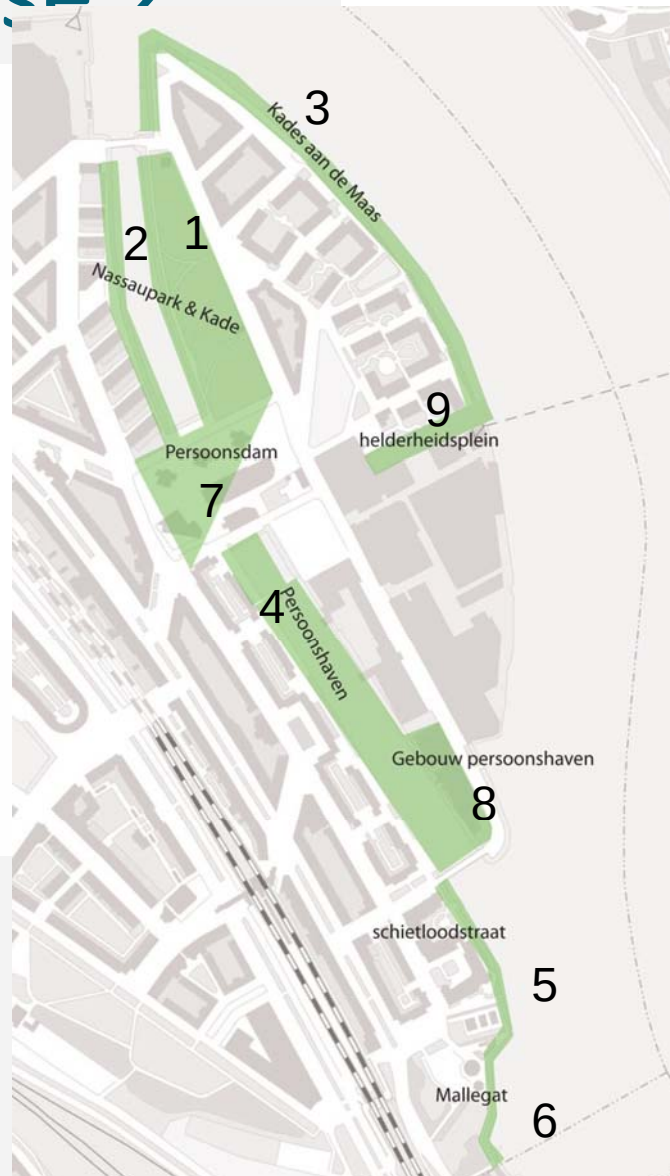
Conclusie

OpWateren Fase 2

Fase 2 (5 jaar)

Toelichting

- Identiteit versterken
- Grens met water verzachten
- Creëren van 'het' nieuwe centrum
- Ontmoeting bevorderen



Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- **Fase 2**
- Fase 3

Conclusie

Kades

op Wateren



Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

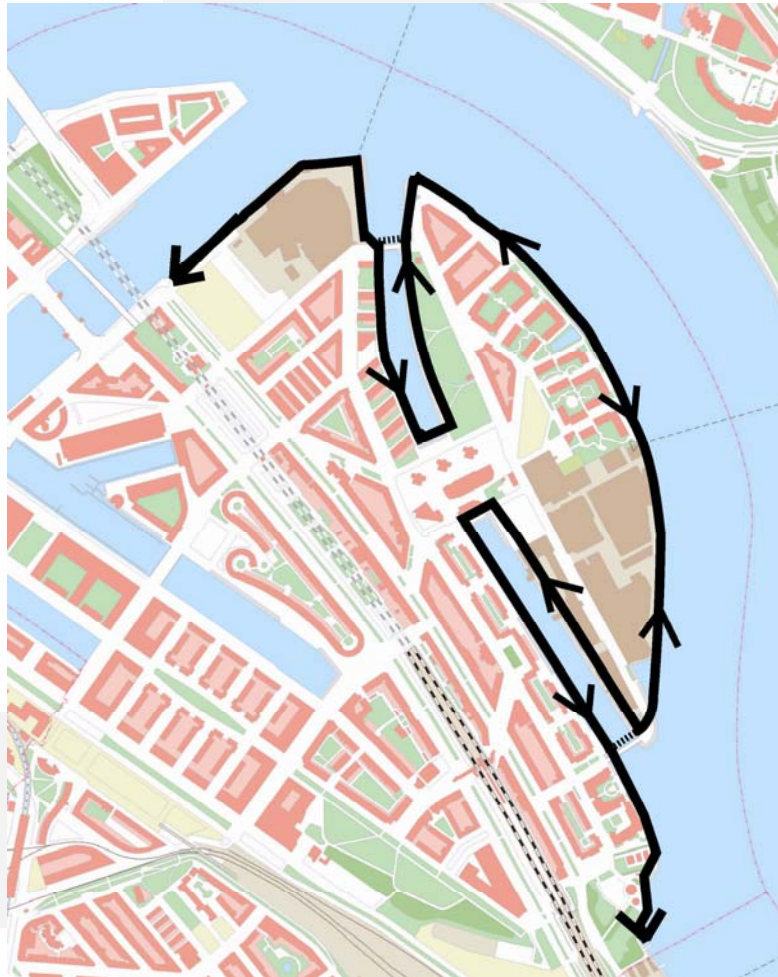
- Fase 1
- **Fase 2**
- Fase 3

Conclusie

Huidige situatie:

- Geen relatie tussen de het water en de wijk
- Geen doorlopende route

Kades



Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

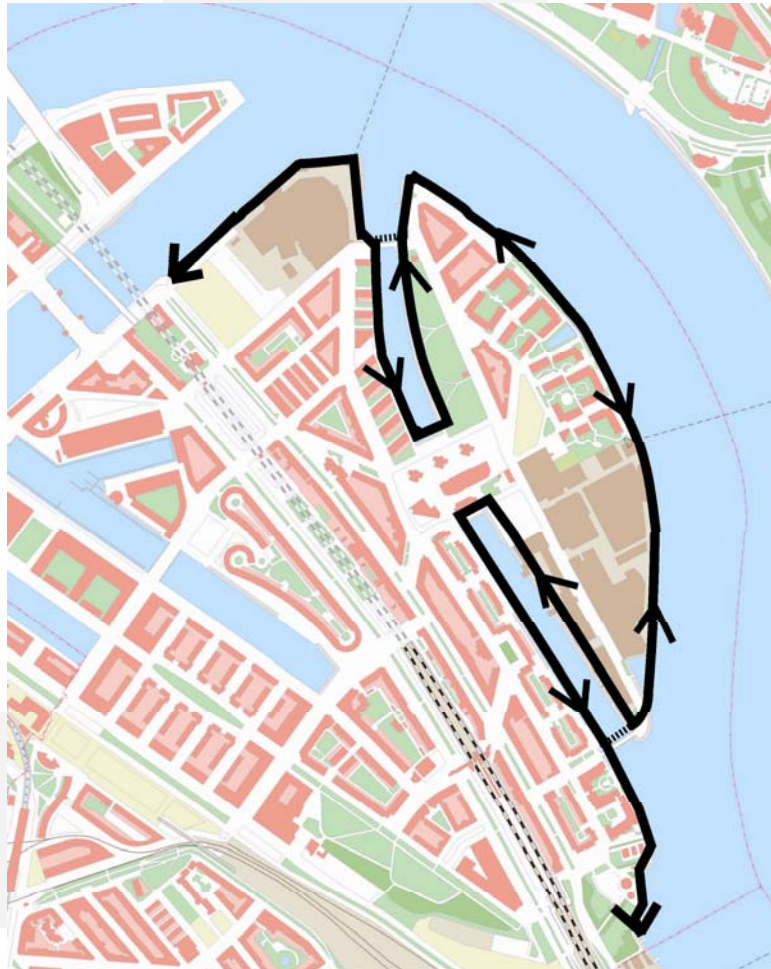
- Fase 1
- **Fase 2**
- Fase 3

Conclusie

Ingreep:

- Doorlopende route van de kades maken
- Relatie tussen water en wijk realiseren

Kades



Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- **Fase 2**
- Fase 3

Conclusie

Identiteit en Saamhorigheid:

- Water is kenmerkend voor de historische en geografische identiteit
- Kwaliteit rond het water bevordert ontmoeting

Nassauhavenkade



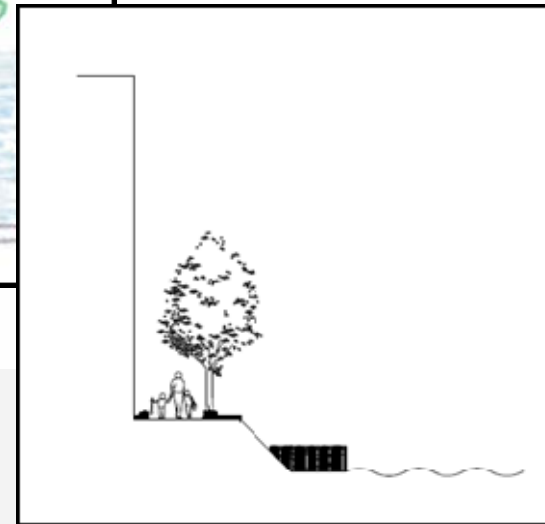
Huidige situatie

Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- **Fase 2**
- Fase 3

Conclusie

Nassauhavenkade



Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

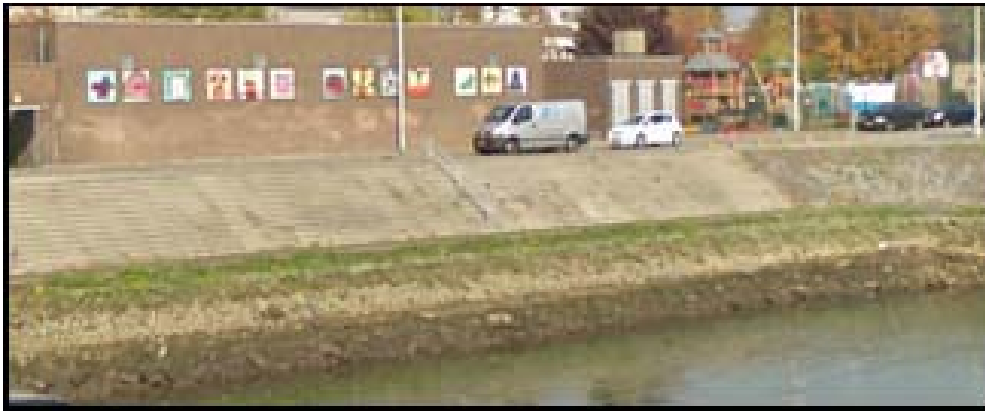
- Fase 1
- **Fase 2**
- Fase 3

Conclusie

Ingreep

- Bomen blijven staan
- Zowel links als rechts komt een groenstrook
- Natuurlijke overgang met water

Kade kopkanten Nassau- en Persoonshaven



Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

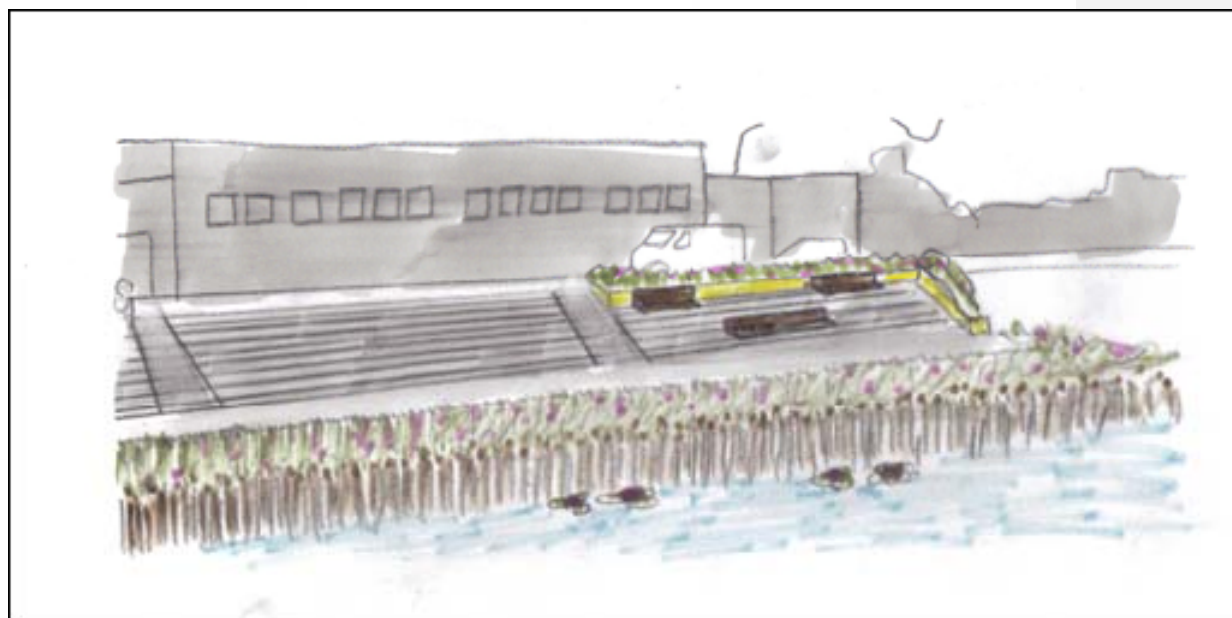
- Fase 1
- **Fase 2**
- Fase 3

Conclusie

Huidige situatie



Kade kopkanten Nassau- en Persoonshaven



Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- **Fase 2**
- Fase 3

Conclusie

Ingreep

- Kwalitatieve zitplaatsen
- Natuurlijke uitstraling

Nassauhavenpark-kade



Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

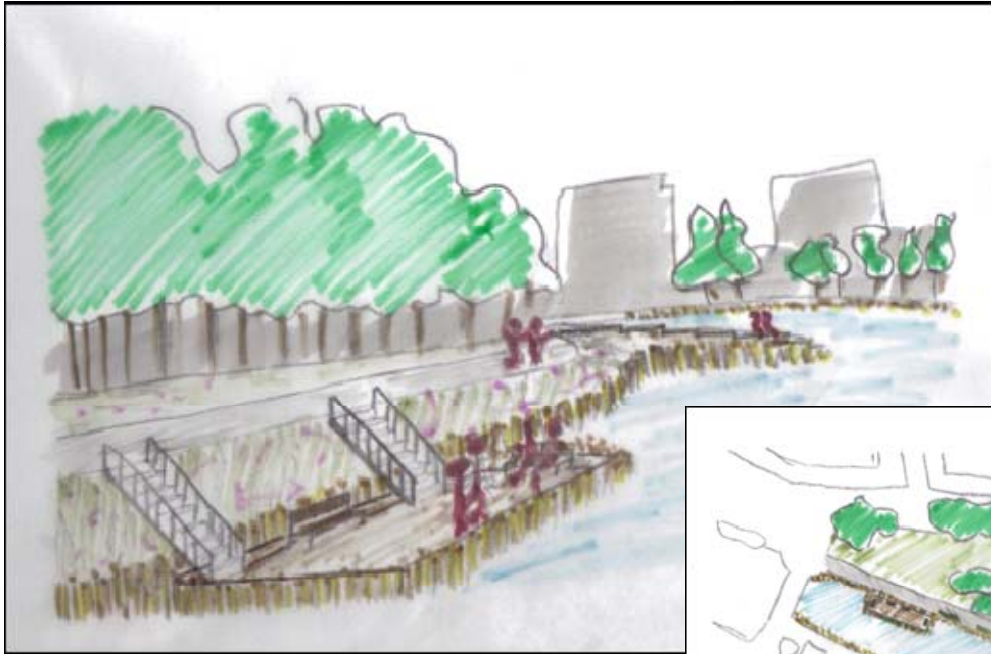
- Fase 1
- **Fase 2**
- Fase 3

Conclusie

Huidige situatie



Nassauhavenpark-kade



Ingrepen:

- Drijvende vlonders
- Natuurlijke overgang kade
- Toegant tot water vanuit Nassaupark

Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- **Fase 2**
- Fase 3

Conclusie

Feijenoordkade blok 1 & 2



Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- **Fase 2**
- Fase 3

Conclusie

Feijenoordkade blok 1 & 2



Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- **Fase 2**
- Fase 3

Conclusie

Ingreep:

- Auto-, fiets-, en voetgangersverkeer wordt van elkaar gescheiden
- Groenstroken realiseren

Feijenoordkade blok 4 & 6



Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- **Fase 2**
- Fase 3

Conclusie

Huidige situatie

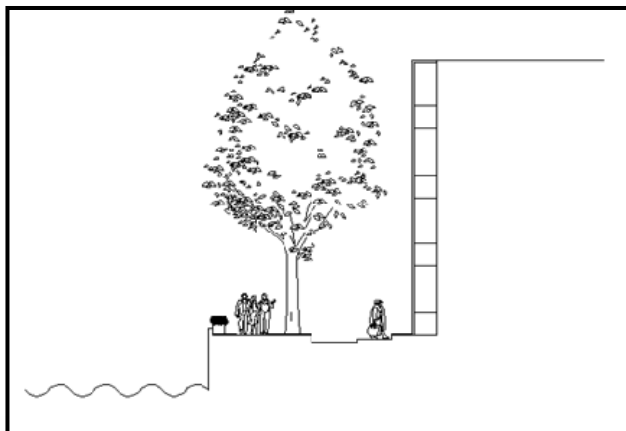


Feijenoordkade blok 4 & 6

Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- **Fase 2**
- Fase 3

Conclusie



Ingreep:

- Autoluw
- Voldoende ruimte voor fietsers en voetgangers

Feijenoordkade blok 3, 5 & 7



Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- **Fase 2**
- Fase 3

Conclusie

Huidige situatie



Feijenoordkade blok 3, 5 & 7



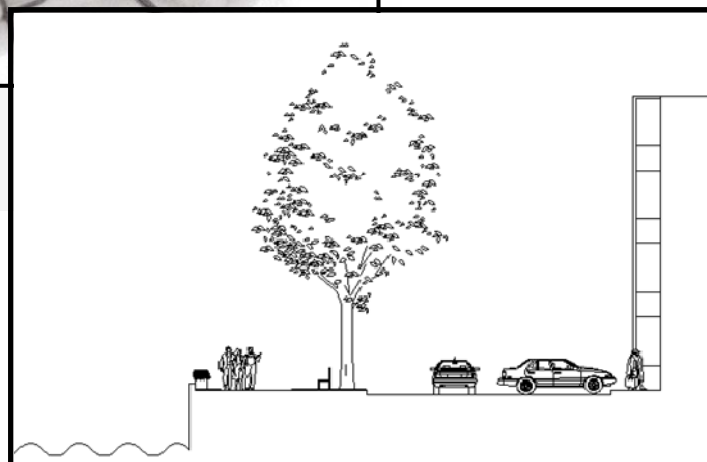
Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- **Fase 2**
- Fase 3

Conclusie

Ingreep:

- Scheiding verkeer
- Groenstroken realiseren



Persoons- en Piketkade



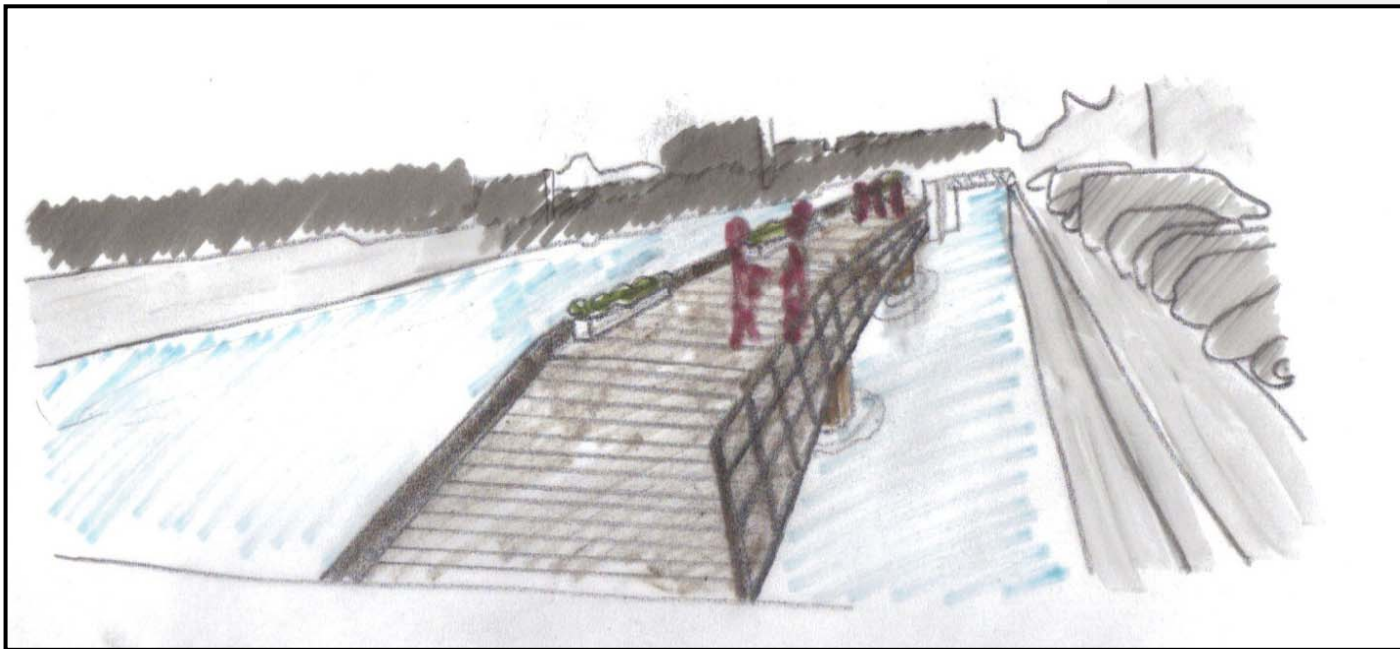
Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- **Fase 2**
- Fase 3

Conclusie

Huidige situatie

Persoons- en Piketkade



Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- **Fase 2**
- Fase 3

Conclusie

Ingreep:

- Looppad over het water

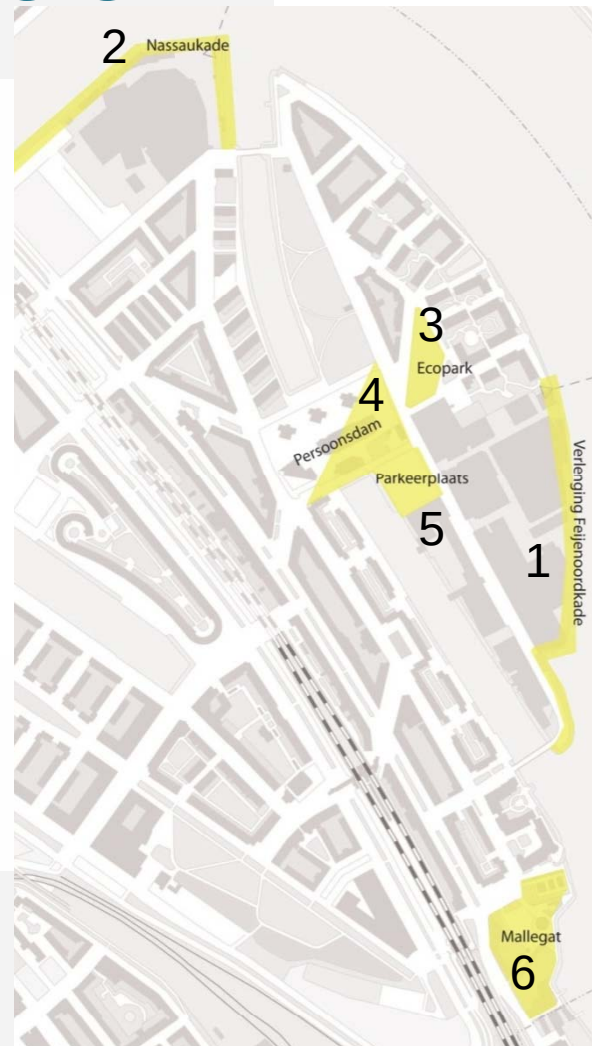
OpWateren Fase 3

Fase 3 (10 jaar)

1. Verlengen van Feijenoordkade
2. Kwaliteit van Nassaukade verhogen
3. Voormalig Eco-park een functie geven
4. Persoonsdam deel 2
5. Parkeerplaats, relatie met water en Hunter Douglas
6. Mallegat
 - Een op zich staand event organiseren

Toelichting:

- Sterke identiteit
- Al het water is toegankelijk en heeft een functie
- Alle openbare ruimte heeft een functie
- Positief imago



Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- Fase 2
- **Fase 3**

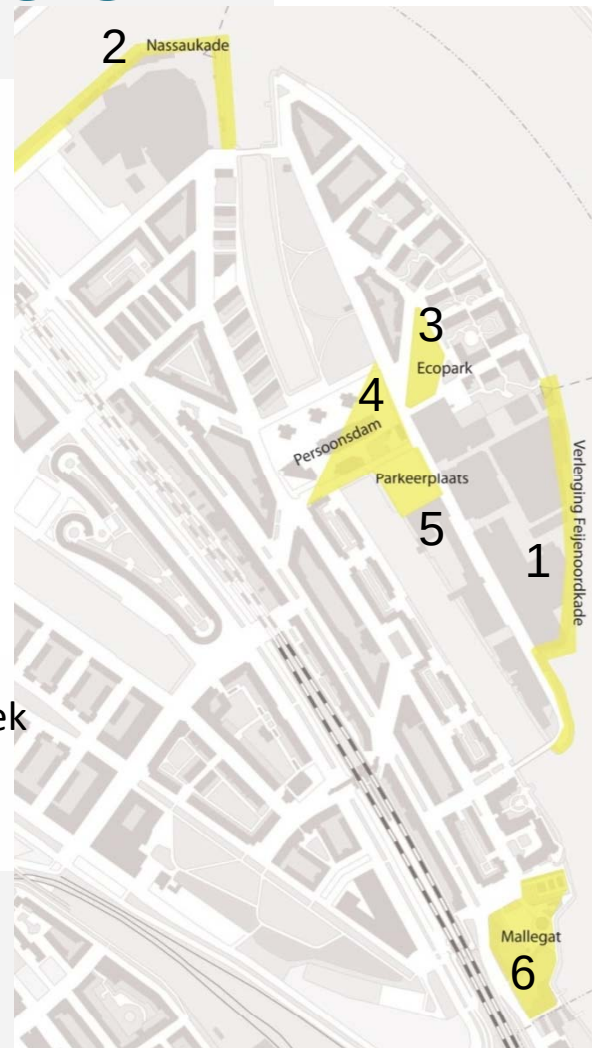
Conclusie

OpWateren Fase 3

Fase 3 (10 jaar)

Toelichting

- Sterke identiteit
- Al het water is toegankelijk en heeft een functie
- Alle openbare ruimte heeft een functie
- Positief imago
- Water is 'het' centrum & ontmoetingsplek

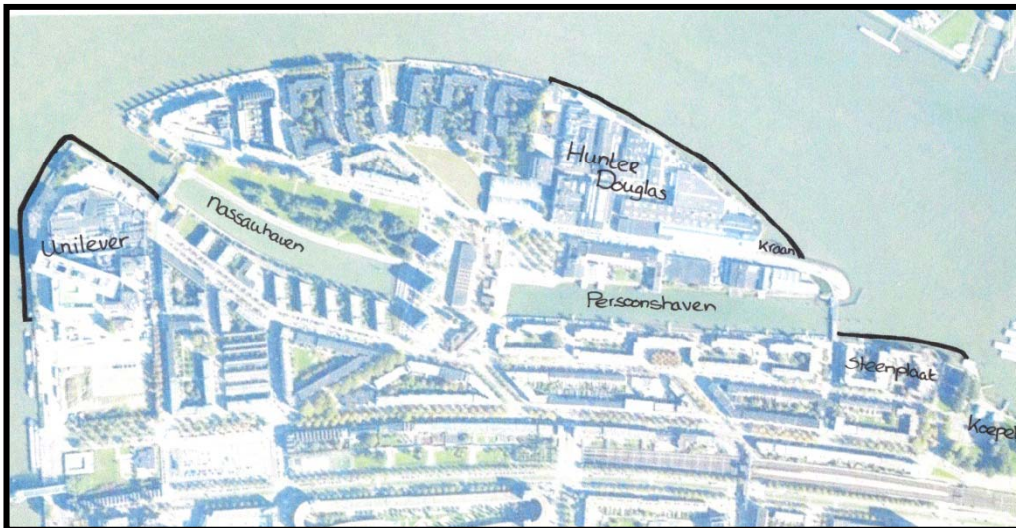


Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- Fase 2
- **Fase 3**

Conclusie

Kade bij Hunter-Douglas, Unilever en de Steenplaat



Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- Fase 2
- **Fase 3**

Conclusie

Huidige situatie



Kade bij Hunter-Douglas, Unilever en de Steenplaat



Ingreep:

- Looppad over het water

Belangrijke actoren:

- Hunter-Douglas
- Unilever
- De Steenplaat

Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie

- Fase 1
- Fase 2
- Fase 3

Conclusie

Evaluatie

op Wateren

Huidige resultaten:

- Functieloze plekken kwaliteit/functie geven
- Water bij de wijk
- Plekken voor samen zijn
- Fases voor snel resultaat creëren
- Identiteit versterken door aanpassingen
- Creëren nieuw centrum
- Relatie met Unilever & Hunter Douglas

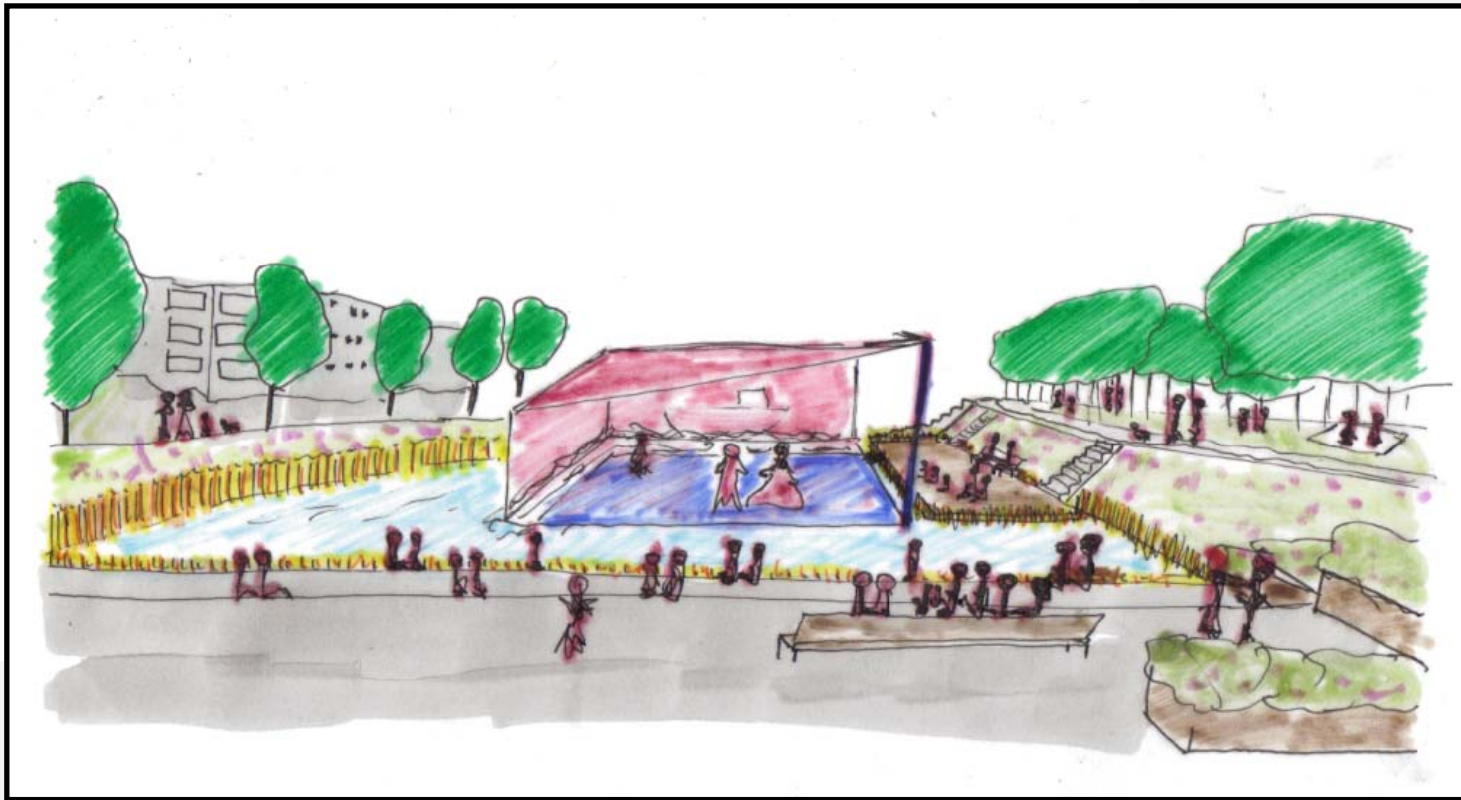
Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie
Conclusie

- Evaluatie
- Vragen

Vragen?

Strategie
Onderzoek
Uitwerking strategie
Conclusie

- Evaluatie
- **Vragen**



Evaluatie

Huidige resultaten:

- Functieloze plekken kwaliteit/functie geven
- Water bij de wijk
- Plekken voor samen zijn
- Fases voor snel resultaat creëren
- Identiteit versterken door aanpassingen
- Creëren nieuw centrum
- Relatie met Unilever & Hunter Douglas

Niet toegepast, wel conclusie onderzoek

- Bereikbaarheid Feijenoord
- Binnenplaatsen woonblokken
- Relatie Skateland met wijk
- Doorgroei mogelijkheden

op Wateren

Indeling

Strategie

Doel, Visie &
Ambitie

Water

Identiteit

Strategie & Ingrepen

Evaluatie

Vragen

