

Placemaking: Bij elke ontwikkeling een andere uitkomst

14-12-2022 08:00

Placemaking is veel meer dan de komst van een eerste ontmoetingsplek in een toekomstige gebiedsontwikkeling. Placemaking zorgt dat een fijne buurt wordt opgeleverd, in plaats van alleen maar woningen. Bij AM bepaalt het DNA van een gebied de koers. 'Elk gebied heeft een eigen DNA, dus is er niet één recept voor de beste oplossing. We doen overal iets anders', zegt placemaker Anneke Jongerius.

Anneke Jongerius is bij AM al ruim vijf jaar bezig met placemaking. Zij vindt het belangrijk om vanuit een menselijk perspectief naar buurten te kijken. 'Wat speelt er in een buurt? Hoe beleven mensen de buurt? Een gebiedsontwikkelaar kan pas iets toevoegen aan een buurt als we weten wat er leeft; alleen dan lukt het ons een goed antwoord te bedenken.'

Vast stramien

Daarbij doorloopt AM een afwegingsproces volgens een vast stramien. 'Wij koppelen placemaking aan participatie. Participatie valt uiteen in communicatie en co-creatie. Vanaf het eerste begin lanceren wij een website en wordt er een schrijver in de buurt gezocht die de stakeholders en de plek in beeld brengt. De community-manager. Doordat de community-manager in de buurt woont, is hij/zij goed op de hoogte van het lokale sentiment. Co-creatie betekent dat we voor elke ontwikkeling het DNA van een gebied bepalen, daarvoor gaan we met veel mensen het gesprek aan.'

Als voorbeeld onze gebiedsontwikkeling in IJmuiden. 'In samenwerking met de gemeente en Woningbedrijf Velsen hebben we een lijst met stakeholders opgesteld. Vervolgens praten we met veel mensen. Daarna organiseren we een workshop om met een aantal van hen de essentie van IJmuiden te bepalen. Het projectteam vertaalt die essenties vervolgens naar tien 'gouden regels'. Doorgaans zijn drie of vier essenties, heel abstract. Om te snappen waar het over gaat, vertalen we dat met betrokken partijen in meer concrete regels. Op basis van dat DNA gaat iedereen aan het werk: stedenbouwkundigen, architecten, marketeers en de community-manager. Uit alle deelnemers van de workshop proberen we ook een kerngroep te formeren met mensen die willen meedenken met die ontwikkeling.'

Gezonde leefomgeving

Zij verwijst naar een project in Breda, waar AM een gezonde buurt wil creëren. 'Dat betekent dat we in contact treden met de stakeholders op dat terrein, onze partners; de Hartstichting, Jantje Beton en de gemeente en de GGD en het Kenniscentrum voor sport en bewegen. Samen bedenken we een concept voor de ontwikkeling op gebieds-, gebouw- en gedragsniveau. Naast deze (landelijke) stakeholders, zoeken we lokale stakeholders om het concept mee in te vullen. Natuurlijk zijn de omwonenden en belangstellenden daar onderdeel van. De community-manager brengt alle stakeholders weer in beeld. De blogs delen we via sociale media. Zo laden we een plek met een thema op een moment dat de feitelijke ontwerpen voor dat gebied er nog niet zijn.'

AM is tevens ontwikkelaar van het Bajeskwartier. Het grootste deel van de gebouwen van de voormalige Bijlmerbajes zijn gesloopt voor de bouw van een nieuwe duurzame stadswijk. 'Daar heeft AM eerst een open dag gehouden om Amsterdammers hun gevangenis te laten zien. Tijdens een markt in het hoofdgebouw konden alle stakeholders iets vertellen over hun aandeel in die plek. En oud-cipiers gaven rondleidingen door de gevangenis. Een mooie start. De Refugee Company met hun restaurant 'A beautiful Mess' was een heel belangrijke placemaker. Ook hadden we events, zoals gevangenismonologen en de sloop van de muur. En goede samenwerkingen, zoals met het Hogeschool van Amsterdam en het Hout- en Meubileringscollege. De ontwikkeling van zo'n beruchte gevangenis tot een duurzame en gezonde buurt, waarin we ook nog eens 99% van de materialen hergebruiken, biedt heel veel kansen!'

Lege vlakte

Een gevangenis spreekt tot de verbeelding, maar AM kan evengoed voor de invulling staan van een lege vlakte. 'Ook zo'n kale vlakte heeft een geschiedenis. Ook dan zijn er mensen die zich bij zo'n plek betrokken voelen. Neem Badhoevedorp, na verlegging van autosnelweg A9 mogen wij het dorp weer een hart geven. Een bizarre plek, een heel lange strook met aan weerszijden hoge geluidschermen. Daar hebben we de bewoners van Badhoevedorp om ideeën gevraagd. Op straat, bij de supermarkt, via social media. Er bleek behoefte te zijn aan onder meer een moestuin en een ontmoetingsplek. Zo kwamen we op het idee van een strandtent. We hebben eerst binnen Badhoevedorp gevraagd of iemand interesse had in de exploitatie van de strandtent. De uitbater van de tennisclub zit nu in Q-Beach, iedereen kent hem. Q-beach is afgeleid van Quatrebras, de naam van de hele gebiedsontwikkeling.'

Vergeet in zo'n gebiedsontwikkeling de eerste bewoners niet, zegt Jongerius. 'De eerste fasen van Quatrebras Park zijn opgeleverd. Die eerste bewoners moeten worden meegenomen in de ontwikkeling van de volgende fasen. Het is immers hun buurt. Als dat goed gebeurt, als zij daar een inspirerende woonomgeving vinden, dan bereiken zij met hun enthousiasme andere mensen.'

Ingrediënten verschillen

Placemaking is dus niet gebaseerd op één recept, benadrukt zij. 'Voor elke plek denken we na over de beste manier waarop we met de mensen die nu gebruik maken van het gebied, een fijne buurt kunne maken. Het proces is uitgedacht. De focus is duidelijk. We betrekken alle stakeholders bij onze plannen. De samenwerking met een community-manager en de inrichting van onze website kent een standaardaanpak. Maar de ingrediënten van een gebied verschillen. De mogelijkheden die zich op zo'n nieuwe plek voordoen, de creatieve kansen die zich aandienen, die bepalen de uitkomst.'

Foto: Anneke Jongerius ©Kenzo Reeder, Merktuig.

Ingezonden bericht