



Deppenbroek

Relaxed wonen

Deppenbroek

Relaxed wonen

Rapportage branding Deppenbroek

Inhoudsopgave



DEPPENBROEK, ENSCHEDE

1. Inleiding	6
2. De wijk Deppenbroek	8
3. Vraagstelling en aanpak	10
4. Transformatie van de wijk	16
5. Deppenbroek: 'Een huiselijke samenleving'	22
6. Sociale netwerken en verbanden	34
7. Merkidentiteit Deppenbroek	42
8. Referentiekader	48
9. Aanzet strategisch programma 2009 - 2013	56
10. Positionering en wijkcommunicatie	62
11. Netwerk als ondernemend gezelschap	66

Bijlagen

1. Wijkenquête: routes functionele bestemmingen	68
2. Wijkenquête: routes recreatieve bestemmingen	68
3. Wijkenquête: routes functionele en recreatieve bestemmingen opgeteld	69
4. Brandingsessie: vier soorten plekken in Deppenbroek	70
5. Frequentieverdeling plekken in Deppenbroek	71
6. Literatuurlijst	72
7. Deelnemers sessie	73



Inleiding

HOOFDSTUK !

In opdracht van de gemeente Enschede en woningcorporatie *Domijn* is door Kars Advies een *brand* gemaakt van de wijk Deppenbroek. In deze rapportage worden de resultaten van het proces beschreven.

Eerst wordt een korte beschrijving gegeven van de wijk Deppenbroek (hoofdstuk 2). Vervolgens worden de vraagstelling en de aanpak toegelicht (hoofdstuk 3). De transformatie van de wijk Deppenbroek wordt daarna beschreven (hoofdstuk 4). De resultaten van de wijkenquête en van het onderzoek naar de netwerken en de sociale verbanden in de wijk komen in de daarop volgende hoofdstukken aan de orde (hoofdstukken 5 en 6).

Merkidentiteit en merkbeloofte van de wijk Deppenbroek, de kern van de rapportage, worden daarna beschreven (hoofdstuk 7). In het referentiekader komen visie en strategie aan de orde (hoofdstuk 8). Het referentiekader verbindt de merkidentiteit met het daarna beschreven strategisch wijkprogramma (hoofdstuk 9). Tenslotte worden de positionering van de wijk en de wijkcommunicatie (hoofdstuk 10) en het vormen van een ondernemend gezelschap behandeld (hoofdstuk 11).



De wijk Deppenbroek

De wijk Deppenbroek ligt in het stadsdeel Enschede-Noord. De wijk ligt tegen de noordrand van Enschede aan, tussen de Lijsterstraat in het zuiden, de Deurningerstraat in het westen, de Vanekerstraat in het noorden en de Voortsweg in het oosten.

De wijk is gebouwd in de jaren zestig, met laagbouw, middel-hoogbouw en drie hoogbouw-woontorens. De wijk telt vooral huurhuizen (70%). In de wijk wonen circa 4500 bewoners in circa 2200 woningen.

Deppenbroek is een ruim opgezette groene wijk met een duidelijk herkenbare stempelstructuur. Er is een groot winkelcentrum dat in de komende jaren aangepakt gaat worden. Er zijn diverse scholen, zorgvoorzieningen en sociaal-culturele instellingen. Sinds 1999 is in Deppenbroek veel geïnvesteerd in renovatie en sloop/nieuwbouw. Gesloopte flats zijn vervangen door grondgebonden eengezinswoningen en seniorenappartementen. Het gros van deze nieuwe woningen is betrokken door bewoners afkomstig uit Enschede-Noord.

Drie groepen maken een belangrijk deel van de bevolking uit: oudere bewoners die al lange tijd in de wijk wonen, Turkse en Marokkaanse huishoudens, en nieuwkomers als gevolg van de renovatie en nieuwbouw in de wijk.

Het gemiddelde inkomen per huishouden is in Deppenbroek beduidend lager dan het gemiddelde inkomen in geheel

Enschede. Het aandeel werkzoekenden en bijstandsuitkeringen is er hoog. Het aandeel niet-westerse allochtonen is in Deppenbroek dubbel zo hoog als in geheel Enschede. Het sociaal-economische vraagstuk is dan ook groot. Deppenbroek is desondanks geen kansarme wijk. De fysieke investeringen hebben een positieve invloed gehad op onder andere de reputatie van de wijk.

Op wijkniveau zijn er weinig bewonersactiviteiten. Er bestaat een wijkraad, die heel Enschede-Noord vertegenwoordigt.



Vraagstelling en aanpak

Vraagstelling

Zoals beschreven zijn in de wijk Deppenbroek de afgelopen jaren met succes investeringen gedaan in de woonomgeving en in de woningen. Aan de sociale kant lijkt nog het een en ander te winnen. Instellingen hebben naar eigen zeggen onvoldoende idee wat er speelt en leeft in de wijk en willen daar graag meer inzicht in hebben.

De vraag aan Kars Advies is om met behulp van de *branding*-aanpak een antwoord te krijgen op de volgende vragen:

- Wat is de beleving van de bewoners van de wijk: wie zijn zij en wat doen zij?
- Welke groepen bewoners zijn er in de wijk te onderscheiden en wat zijn hun toekomstperspectieven?
- Hoe zijn de relaties tussen de bewoners, wat zijn de netwerken en de sociale verbanden?
- Wat is de identiteit van de wijk?
- Wat is de (gewenste) relatie met de stadsrand?
- Wat zijn de gewenste en noodzakelijke sociale activiteiten in de wijk?

Ter introductie: werken aan succesvolle wijken

Succesvolle wijken zijn over het algemeen wijken met een duidelijke identiteit. Wijken waar mensen vanuit een positieve keus met plezier wonen, waar je je mee verbonden voelt, waar je trots op bent.

- Een duidelijke identiteit trekt bewoners en bedrijven die daarbij passen vanzelf aan.
- Een duidelijke identiteit is sturend voor de communicatie en de marketing. De wijk 'verkoopt' zichzelf bij wijze van spreken.
- Een duidelijke identiteit geeft aan professionals houvast en sturing: wat past bij de wijk, wat niet, welke projecten en samenwerkingsverbanden zijn nodig, welke keuzes zijn er, etc.

De volgende vragen staan centraal: aan wat voor wijk werken we, wat hebben we als het klaar is en voor wie is het dan aantrekkelijk om er te wonen en te werken?

In de *branding*-aanpak wordt de merkidentiteit van een wijk verwoord en verbeeld. De merkidentiteit wordt vastgelegd in een merkbelofte, vijf kernkwaliteiten en vijf kernwaarden. Bij kernkwaliteiten gaat het om kwaliteiten die te maken hebben met de *hardware* van de wijk. Bij kernwaarden gaat het om waarden die betrekking hebben op het gevoel en het gedrag van de wijk. Door het benoemen van de (gewenste) merkidentiteit van een wijk wordt deze wijk in positieve zin onderscheiden van andere woon- en werkmilieus in de stad. Daarmee wordt de reputatie en het imago van een wijk in positieve zin beïnvloed.

De *branding*aanpak bestaat uit verschillende onderdelen, nl. het maken van de *brand* (gewenste merkidentiteit), het opstellen van het ondersteunende en flankerende wijkprogramma, het maken van een ondernemend gezelschap en het opstellen van een communicatie- en marketingstrategie.

Hoofdpijnen van de aanpak voor Deppenbroek

Het plan van aanpak bestaat uit vijf stappen:

1. Voorbereiding gericht op het helder krijgen van de belangrijkste thema's.
2. *Branding*sessie met bewoners en professionals van instellingen.
3. Programmasessie waarin de ondersteunende activiteiten en projecten worden geformuleerd.
4. Communicatiesessie waarin het merkbild van de wijk wordt gemaakt en de communicatieactiviteiten worden benoemd.
5. Rapportage waarin de resultaten worden beschreven en verbeeld.

Ten slotte wordt als vervolg op de rapportage een zogenaamde *brandsheet* gemaakt waarin de *brand* van Deppenbroek wordt samengevat.



Wat betekent thuis voor u?



‘Ik zit te schilderen op een zolder met een mooi groot raam’



‘Ik geniet vanaf mijn balkon van de spelende kinderen’

Wat betekent thuis voor u?



‘De wijk is als een rots, een beetje in beweging maar niet teveel’



‘Ik ben thuis in Deppenbroek’



Deppenbroek is een oase in Enschede

Transformatie van de wijk

Transformatieproces Deppenbroek 1960-2008

Na de oorlog kent Enschede een flinke woningnood. Gezocht wordt naar bouwterreinen voor ongeveer 1500 woningen. Het oog valt op het agrarische gebied rondom de erve (boerderij) Deppenbroek, ten noorden van de al geplande wijk Mekkelholt.

Fase 1: Van landbouwgebied naar uitbreidingswijk

Voorgesteld wordt het terrein te verdelen in twee plangebieden: Bolhaar-Noord en Deppenbroek. Dit geeft de beste garantie op een goede aansluiting op al bestaande wijken/plandelen, en doet recht aan de scheidende werking van de Deurningerstraat. Er liggen in het gebied ongeveer 200 woningen en (keuter)boerderijen, deels verspreid, deels in lintbebouwing langs de Deurningerstraat en de (huidige) Lekstraat.

Deppenbroek moet een “een normale woonwijk met overwegend woningwetbouw” worden in complexbouw, met dezelfde uitgangspunten en dichtheden als Mekkelholt. In Deppenbroek worden ook drie torenflats van 16-hoog voorzien. Gewaarschuwd wordt dat deze flats niet een zodanig huur mogen hebben dat “dominerende elite-eilanden” ontstaan.

Bolhaar-Noord, waar ongeveer 500 huizen worden gebouwd, is “meer voor hogere en middelbare welstandsgroepen”. De scheiding Deppenbroek-Bolhaar is groot: van elkaar gescheiden door de Deurningerstraat, bedoeld voor andere sociale

groepen, met andere woningen. Vanaf het begin is duidelijk dat Bolhaar geen eigen voorzieningen zal krijgen. Bewoners moeten de Deurningerstraat over om van de voorzieningen in Deppenbroek gebruik te maken.

Deppenbroek en Mekkelholt vertonen juist grote overeenkomsten. *“Deppenbroek zou met het aansluitende Mekkelholt in de toekomst duidelijk één samenhangende woonwijk vormen met ongeveer 3.000 woningen en bijbehorende (over beide uitbreidingsplannen gespreide) wijkvoorzieningen en een aantal algemeen stedelijke voorzieningen.”*

De verhouding Deppenbroek-Mekkelholt is steeds onderwerp van discussie geweest. Zeker ten aanzien van de voorzieningen, in het bijzonder de winkels. Deppenbroek dient van zódanige omvang te zijn dat een centrum met plein, plantsoen, winkels, wijkgebouw, kerk en school mogelijk is. Tegelijkertijd geldt: *“Deppenbroek sluit direct aan bij het plan Mekkelholt. Dit is een bijzonder gelukkige omstandigheid, daar het plan Mekkelholt een ruime afronding behoeft om voldoende volume van een wijkeenheid te kunnen bereiken. Het centrum van Mekkelholt kan voor een belangrijk deel ook aan de wijkfuncties van Deppenbroek een plaats bieden. Anderzijds biedt Deppenbroek ruimte voor tekorten van Mekkelholt.”*

In 1956 worden de plannen voor Mekkelholt aangepast. Nu geldt: *“De voorzieningen zijn aangepast aan het feit dat Mekkelholt thans niet meer als een zelfstandige buurt gezien kan worden, doch één wijk zal vormen met het plan Deppenbroek.”* Mekkelholt wordt te klein geacht.

Bewoners kunnen recreëren in de aangrenzende groengebieden. Voor werkfuncties leent het gebied zich niet. Deppenbroek moet ook ruimte bieden aan scholen: lagere scholen voor de wijk zelf, een huishoudschool en een ULO. In 1969 wordt de sporthal geopend. Deze wordt voor meer dan 80% gebruikt door de scholen in de wijk.

Berekend is dat Deppenbroek ruimte heeft voor ‘anderhalve’ kerk. De Heilige Geestkerk wordt gebouwd in de Dollardstraat, in het hart van de wijk. Een volwaardige hervormde kerk is er nooit gekomen. Hervormden zijn gehuisvest in een tijdelijk gebouw in de Lijsterstraat, en maken ook gebruik van de kerk op vliegbasis Twente.

In Mekkelholt is slechts plaats voor een klein wijkcentrum. Daarom wordt er in Deppenbroek plaats ingeruimd voor een volwaardig wijkcentrum, dat gebouwd wordt naast de r.k. kerk. Er is ook ruimte voor ‘anderhalve’ speeltuin, waarvan er al één aanwezig is: de speeltuin aan de Voortsweg, die excentrisch ligt.



Mekkelholt wordt gebouwd tussen 1957 en 1962, Deppenbroek tussen 1962 en 1966. Vooral in Deppenbroek-West wordt gebouwd met stempels: zich herhalende eenheden van verschillende woningtypen. In en rond de stempels is het groen. Op die manier wordt met weinig geld en materialen toch variatie bereikt. In Deppenbroek-West zijn deze stempels het beste te herkennen. De eengezinswoningen zijn hier noord-zuid georiënteerd, de 4-hoogbouw oost-west.

Fase 2: Leefbaarheidsproblemen en de aanpak daarvan, 1970-1985

Al vrij snel na de oplevering van de wijk ontstaan leefbaarheidsproblemen. Het verkeersaanbod groeit en dit leidt tot onveiligheid op straat en tot parkeerproblemen. Er zijn vernielingen. De buurt heeft te weinig speelplaatsen. Groen en wegen hebben achterstallig onderhoud. Bewoners hebben onderling discussies over groen, spelen en parkeren. Bewoners gaan met studenten van de Kunstacademie in zee om meer van de wijk te maken. Deze studenten beoordelen Deppenbroek als een *“fantasieloze en weinig verrassende vershraling van de inmiddels verbasterde CIAM theorie”*. Deppenbroek wordt gezien als een ontwerp *“met alleen aandacht voor technische en economische factoren/ruitjespapier-architectuur.”*

Er komen experimenten waarbij bewoners hun woonomgeving mogen indelen en inrichten. Bijvoorbeeld in 1970 bij

de woningen in het gebied begrensd door de Vanekerstraat, Hunzestraat, Waalstraat en Dommelstraat.

Het winkelcentrum dateert van 1969. Vanaf de start heeft het winkelcentrum te kampen gehad met leegstand. In 1983 is er een onderzoek naar het functioneren van dit centrum. Bezoekers komen uit Deppenbroek (58%), Mekkelholt (11%), Bolhaar (11%) en Lonneker (5%). Concurrenten zijn het winkelcentrum in Mekkelholt, winkels in Lonneker, en die in het centrum van Enschede. Omgekeerd staat het winkelcentrum in Mekkelholt aan de Fazantlaan onder druk door de concurrentie van het winkelcentrum in Deppenbroek. Met winkels in Deppenbroek, Mekkelholt en langs de Deurningerstraat zijn er domweg te veel winkels. Dit is al bij de plannen van Mekkelholt gesignaleerd: *“Het plan Mekkelholt is in vele opzichten niet bevredigend.”*

Fase 3: Leefbaarheid verbeteren en renoveren, 1980-1998

In de jaren tachtig wordt Deppenbroek een achterstandswijk. De wijk verpaupert, het percentage allochtonen en het percentage inwoners met een uitkering is hoog en voor jongeren is de wijk onaantrekkelijk. Deze problemen moeten ook gezien worden tegen de achtergrond van de economische depressie in de jaren tachtig en de terugslag in de textielindustrie in Enschede in het bijzonder. Vooral alleenstaanden en éénoudergezinnen klagen over een gebrek aan contact. Deppenbroek kampt met een slecht imago.



In 1985 krijgt de wijk de status van Probleem-Cumulatiegebied. Bij dit PCG-beleid behoren rijkssubsidies die de wijk leefbaarder moeten maken. Er komen meer speelgelegenheden, taallessen, en andere projecten en een coördinator die alle projecten moet sturen.

De woningvoorraad in de wijk kampt met problemen. De woningvoorraad is éézijdig en de kwaliteit matig; de huizen hebben vocht- en ventilatieproblemen en kampen met betonrot. De flats van 3- en 4-hoog hebben geen lift. De woningcorporaties gaan, elk op hun eigen manier, aan de slag met groot onderhoud en renovatie.

Het winkelcentrum in Deppenbroek wordt in 1985 gerenoveerd en trekt vanaf dan 15-20% meer bezoekers. In 1994 wordt het winkelcentrum opnieuw gerenoveerd.

De Heilige Geestkerk in het centrum van Deppenbroek verliest zijn functie en wordt gesloopt. Op deze plaats wordt verzorgingstehuis 'De Dollard' gebouwd.

Fase 4: Herstructurering 2000-2008

Vanaf 2000 worden er blokken in Deppenbroek gesloopt en daarvoor in de plaats komen nieuwe huur- en koop-eengezinswoningen en -appartementen in het middensegment. Vooral langs de noordrand van de wijk, de Vanekestraat, verschijnen

nieuwbouwappartementen en eengezinswoningen. Verder worden nieuwe huurwoningen neergezet aan de Keteldiep-, Deppenbroek-, Ganzediep-, Schie-, en Roestraat. Aan de Scheldestraat en de P.A. van Deldenstraat komen nieuwe koopwoningen.

Als gevolg van de sloop van complexen vertrekt een deel van de bewoners naar Enschede-Zuid en komt er een bescheiden nieuwe instroom op gang van gezinnen, ouderen, alleenstaanden, deels ook afkomstig uit het door de vuurwerkramp getroffen Roombeek. De corporaties gaan verder met de renovatie van complexen, bijvoorbeeld aan de Waalstraat/Jekerstraat.

Vooral door de nieuwbouw en renovatie verbetert het imago van de wijk. Zowel onder bewoners als mensen van buiten de wijk krijgt Deppenbroek langzamerhand weer een goede naam. Bewoners vinden de wijk veilig, kindvriendelijk en groen.

In sociaal opzicht blijkt de wijk weinig samenhang te vertonen. Relatief weinig bewoners zijn lid van een vereniging en er zijn weinig buurtactiviteiten.

In sociaal opzicht kunnen de inwoners van de wijk worden verdeeld in drie grote groepen: autochtone bewoners die er al lang wonen, Turkse bewoners die er al lang wonen, en nieuwkomers die in de gerenoveerde of nieuwbouwwoningen zijn komen wonen. De groepen verschillen onderling sterk.



Deppenbroek: ‘Een huiselijke samenleving’

Inleiding

In de voorbereidingsfase is er een enquête gehouden in de wijk. Er zijn 39 face-to-face-interviews gehouden met inwoners van Deppenbroek. De respondenten kregen gesloten vragen voorgelegd, veelal met de mogelijkheid een toelichting te geven. In dit hoofdstuk worden de resultaten samengevat. Het totale onderzoek wordt beschreven in een aparte rapportage.

Wonen in Deppenbroek

Voor 39% van de respondenten was het een positieve keuze om in Deppenbroek te komen wonen, met als meest genoemde verklaring dat men de wijk al kende via familie, vrienden, ouders of er zelf is opgegroeid.

De overigen kwamen naar Deppenbroek, simpelweg omdat er een huis beschikbaar was. Op een enkeling na is men achteraf gezien blij met Deppenbroek. De meesten noemen als reden voor hun tevredenheid het huis zelf, en de buurt/wijk. De respondenten vinden ‘gezelligheid’ en ‘rust’ belangrijke eigenschappen waar hun woonomgeving aan moet voldoen, belangrijker dan ‘levendigheid’ of de ‘uitstraling’ van de wijk.

Activiteiten met de burens

23% van de respondenten geeft aan dat er jaarlijks een activiteit (feest, barbecue) is in de buurt. Bij 69% is dat nooit het geval, 8% weet het niet. Het gros van de respondenten wil

activiteiten doen op het niveau van complex of straat (64%). De anderen met de buurt (10%) of de gehele wijk (5%). Als uitleg voor de voorkeur voor het complex- of straatniveau noemen veel respondenten een variant op: ‘de mensen in het complex of de straat ken ik’.

Stel, er zou een straat- of buurtfeest georganiseerd worden, dan zou 69% van de respondenten er heen gaan, omdat men de gezelligheid waardeert. 26% twijfelt of gaat niet, onder meer omdat er geen behoefte aan contact is.

Wat voor soort gemeenschap is Deppenbroek?

31% van de respondenten vindt dat de bewoners in Deppenbroek veel op elkaar lijken. 56% ziet echter grote verschillen. Deze verschillen betreffen inkomen, opleiding, cultuur en leeftijd. Sommigen signaleren dat die verschillen in sommige buurten van Deppenbroek veel groter zijn dan in andere. Als overeenkomstigheden wijzen respondenten op: de gemoedelijkheid, het ontbreken van hoogmoedige mensen, dat de meningen van mensen vaak overeen komen en dat velen zorg voor hun naasten belangrijk vinden.

51% van de respondenten is van mening dat Deppenbroekers veel met elkaar omgaan, 41% denkt juist van niet. Gevraagd naar een toelichting worden met name weinig intensieve vormen van omgang genoemd: koffie drinken, een praatje



maken op straat of een activiteit in de straat. Ook hier geldt dat de directe burens, en de complex- en straatgenoten worden genoemd. Sommige respondenten melden dat autochtoon en allochtoon elkaar mijden.

Gevraagd naar het eigen contact met de directe burens giet 95% van de respondenten dit in de vorm van koffie drinken bij elkaar thuis en een praatje maken op straat. Slechts een enkeling meldt weinig contacten met de directe burens uit tijdgebrek of de behoefte vrij te willen zijn.

Buiten de directe burens ligt de mate van contact heel anders. 46% rept van weinig contacten uit tijdgebrek en concentratie op het eigen gezin. 28% kent vooral mensen uit de eigen groep. 15% zegt bij allerlei mensen in de wijk thuis te komen.

Gevraagd naar de sfeer in de wijk, noemen de respondenten achtereenvolgens: 'rustig en veilig' (33%), 'huishoudens leven op zichzelf' (23%), 'een gezellige drukte tussen de mensen' (18%), en 'huishoudens leiden een actief eigen leven' (13%). Veel respondenten melden dat de contacten in de zomer, bij mooi weer en ontmoetingsmogelijkheden in de tuin en op straat, intensiever zijn dan in de winter.

Er is ook gevraagd naar de oriëntatie van de Deppenbroekers. Naar de mening van de respondenten zijn bewoners vooral gericht op rust in het eigen gezin (39%). 21% vindt dat men

vooral gericht is op gezelligheid en eveneens 18% vindt dat Deppenbroekers gericht zijn op de eigen activiteiten. Eén respondent merkt op dat men in de oudere delen van de wijk meer gericht is op gezelligheid met elkaar, terwijl in de nieuwere delen men meer op zichzelf gericht is. Slechts één respondent schat in dat Deppenbroekers gericht zijn op status en carrière.

Bewegen in en rond Deppenbroek

Waar gaan Deppenbroekers wel en niet heen? In welke omliggende wijken komen zij frequent en in welke minder vaak?

Van de omliggende wijken komt Mekkelholt het meest voor in het bewegingspatroon van de Deppenbroeker. 82% komt er minstens wekelijks. Aan de andere kant van het spectrum ligt Bolhaar/Beethovenlaan e.o.: 28% van de respondenten komt er nooit. Er is niet gevraagd naar het waarom, maar verondersteld kan worden dat dit komt door het ontbreken van voorzieningen in deze buurten en het verschil in sociale afkomst; het zijn wijken met huizen voor de hogere middenklasse. Zelfs Lonneker wordt vaker bezocht door Deppenbroekers (69% minstens maandelijks) dan Bolhaar/Beethovenlaan e.o. (59% minstens maandelijks). In Roombeek, een wijk op korte afstand van Deppenbroek en goed bereikbaar, komt 23% van de respondenten nooit.

Eén van de aantrekkelijke kanten van het wonen in Deppenbroek is de nabijheid van de buitengebieden, noordelijk, noordwestelijk en noordoostelijk van de wijk. Het noordelijk gebied, waar ook de kinderboerderij ligt, is veruit favoriet. 39% komt hier minstens wekelijks, 23% nooit. Daarna komt het noordwestelijk deel, waar 28% minstens wekelijks komt en 36% nooit. In het gebied bij Het Voortman en 't Bouwhuis komen de Deppenbroekers het minst: 21% minstens wekelijks, maar 49% nooit.

Gevraagd naar vaak 'uit noodzaak' bezochte plekken in de wijk, noemt 77% van de respondenten het winkelcentrum. Als het gaat om veel bezochte plekken ter ontspanning, is de variatie in gegeven antwoorden groter. Plekken als de kerk, buurtcentrum Het Kompas, de speeltuin, de kinderboerderij, Lonneker, Prismare (in Roombeek), en ook het winkelcentrum worden genoemd (44%). Daarnaast veel wandelen en fietsen (27%), bezoeken van familie en bekenden (15%) en sporten (15%).

De kaarten in de bijlagen 1-3 laten zien wat de meest gebruikte routes zijn door respondenten in de wijk. Terwijl de stedenbouwkundige drager van Deppenbroek de Lijsterstraat is, blijkt deze route in het bewegingspatroon juist weinig voor te komen. Voor functionele bestemmingen is de oost-west-route Rijnstraat-Scheldestraat veel belangrijker. De recreatieve



routes zijn wat meer verdeeld over de wijk, hoewel de noord-zuidroute naar de kinderboerderij (Waalstraat) eruit springt.

Naam en faam van Deppenbroek

59% van de Deppenbroekers denkt dat Deppenbroek inmiddels (redelijk) goed bekend staat in Enschede. 10% denkt dat buitenstaanders 'neutraal' tegenover de wijk staan, en 26% denkt dat de reputatie van Deppenbroek (heel) slecht is. Bij analyse van de antwoorden refereren veel respondenten aan het proces van wijkverbetering. Veel antwoorden hebben de teneur van 'het was erg, maar het is sterk verbeterd'. Bij 'erg' hoort dan: criminaliteit, slecht groenonderhoud, hangjongeren, verkeersonveiligheid, overbewoning, drugs en veel allochtonen (Turken).

Deppenbroekers geven hun wijk als rapportcijfer een 7, en verwachten dat familie, vrienden en kennissen de wijk eveneens een 7 zouden geven. Zij verwachten dat deze buitenstaanders de wijk vooral 'veilig' en 'gezellig' vinden, en dat 'levendig' en 'anoniem' wat minder past.

Als positieve punten van de wijk noemen respondenten:

- Snel buiten
- Vertrouwdheid met de buurt
- Gezelligheid
- Voorzieningen dichtbij
- Opgeknapt wijk
- Veilig
- Type mensen
- Goede ligging
- Winkelcentrum
- Rustig
- Groen

Als negatieve punten van de wijk noemen respondenten:

- Diefstal
- Gebrekkig onderhoud openbare ruimte
- Kwaliteit huizen, waaronder vochtproblemen
- Spanningen en ruzies in de buurt
- Verkeersonveiligheid
- Zwerfvuil
- Veel allochtonen (Turken)

Een aantal respondenten concludeert: de wijk is sterk verbeterd, maar is er nog niet.



Conclusies

De overgrote meerderheid van de Deppenbroekers is tevreden met hun huis en de wijk. Een woonomgeving moet voor hen vooral gezellig en rustig zijn en zij vinden dit daadwerkelijk terug in de wijk Deppenbroek. Het contact met de directe burens is goed, maar niet heel intensief: koffie drinken en een praatje maken op straat. Buiten de kring van de directe burens zijn de contacten extensiever, uit tijdgebrek en concentratie op het eigen gezin. Contacten komen terloops, vaak buiten de privésfeer, in de tuin of in de openbare ruimte tot stand.

Bij georganiseerde ontmoetingen is er een grote voorkeur voor het niveau van complex en straat, boven het niveau van buurt en wijk. Ongeveer twee derde zegt onomwonden dergelijke georganiseerde ontmoetingen op prijs te stellen.

De dominante sfeer in de wijk is die waarbij de bewoners gericht zijn op de rust in het eigen gezin. Toegepast op het schema hiernaast verwijst deze constatering naar de groene wereld van de huiselijke samenleving. Daarnaast speelt voor een deel van de bewoners ook een gerichtheid op gezelligheid een rol: de gele wereld van de ongedwongen, gezellige samenleving. Deppenbroekers zijn in geen geval statuszoekers of carri  rejagers en de blauwe wereld van de solitaire samenleving past dan ook niet, net zomin als de typering van de levendige

samenleving. Deppenbroek is een huiselijke samenleving, met raakvlakken met de gezellige samenleving.

Deppenbroekers geven de wijk het rapportcijfer 7 en schatten in dat vrienden en bekenden dit cijfer ook aan de wijk zouden geven. Het vernieuwingsproces heeft de wijk sterk verbeterd en het imago in Enschede opgevijseld, constateren veel respondenten, maar men is er nog niet waarschuwen sommigen.





Wat voor soort familie is Deppenbroek?



‘We zien elkaar wel, maar leven langs elkaar heen’



‘We vallen elkaar niet lastig, maar je hebt wel het vertrouwen dat de ander er voor je is’



‘Er is geen haat en nijd, maar verder dan hoi komt het niet’

Kernwaarden van Deppenbroek



'Voor ons neigt het meer naar recreatief: wandelen, barbecuen en een bezoek aan de kinderboerderij'



'Op jezelf zijn heeft het gevaar van vereenzaming achter de voordeur'

'Het dorpse karakter hebben wij vertaald met: Deppenbroek is een oase in Enschede'





**Ik wil later graag mijn
geboortehuis terugkopen**

Sociale netwerken en verbanden

Inleiding

In dit hoofdstuk worden de resultaten samengevat van het onderzoek naar het netwerk en de sociale verbanden in de wijk Deppenbroek. Van het totale onderzoek is een aparte rapportage verschenen. In onderstaand schema wordt inzicht gegeven in het type organisaties.

THEMA	AANTALLEN
(Organisaties in) Prismare	17
Sport	17
Ontspanning	13
Bewonersorganisaties/VVE's	11
Onderwijs & Kinderopvang	11
Front offices professionele organisaties	8
Groen, natuur & spelen	7
Zelforganisaties	6
Zorgcentra	6
Religie & Levensbeschouwing	5
Ondernemersorganisaties	1

Bewonerscommissies

In Deppenbroek bestaan 11 bewonerscommissies. Deze zijn weinig actief, zeker nu de renovatie en herstructurering in de wijk nagenoeg is afgerond. De meeste commissies richten

zich op de directe belangen als huurder en niet op de buurt of wijk. Vooral bij als negatief ervaren plannen van de corporaties worden de slapende verenigingen wat actiever.

Kopers zijn actiever dan huurders. Zo is bewonerscommissie *Perrefoort* actief met het aanbieden van ontspanning en ontmoeting. *VVE De Klipper* is gespitst op de ontwikkeling van de wijk en is daarvoor inzetbaar.

Zelforganisaties

Alloctonen hebben zich georganiseerd in drie grote koepels: SMEN, PSA-DER en TCVE. Hun reikwijdte is Enschede-Noord, of zelfs Enschede-stad of de regio. Alledrie zijn zij gevestigd in Prismare. De organisaties zijn goed aanspreekbaar voor de wijk Deppenbroek.

Ook organisaties voor Indische Nederlanders zijn ontstaan in de wijk Deppenbroek. Zij hebben een bovenwijkse aantrekkingskracht. Eén van de organisaties heeft haar activiteiten in Het Kompas.

Ontspanning

Deppenbroek kent tal van kleinschalige ontspanningsactiviteiten. Deze worden georganiseerd in zorgcentra, in de speeltuin en Het Kompas. In de zorgcentra 't Achtervoort en Ariënsstaete worden tal van activiteiten georganiseerd voor de vaste bewoners die tegen een geringe vergoeding ook door oudere wijkbe-

OPEN VUUR
VERBODEN

PADEN OM DE TUIN
SCHOONHOUDEN
S.V.P.

TUIN
VERENIGING

HET
VANEKER

ANNO
1976

woners bijgewoond kunnen worden. De zorgcentra zoeken naar verdere uitwisseling met de buurt, en willen dat graag doen met andere partijen (WMO, ouderenwerk, etc).

In Deppenbroek zijn vele zalen en zaaltjes. Deze zijn vaak te huur, maar hier wordt weinig ruchtbaarheid aangeven, om de commerciële partijen geen brood uit de mond te stoten.

De speeltuinvereniging organiseert zelf activiteiten en verhuurt de zaal voor ontspanningactiviteiten. Er bestaan ook ontspanningactiviteiten, zoals bijvoorbeeld het Toonkunstkoor in Het Kompas, die geen wijkbinding, maar een regionale functie hebben.

Buitenleven

Deppenbroek kent een aantal kernen die actief zijn met het 'buitenleven', met dieren en tuinieren. Zeer in het oog lopend is de kinderboerderij aan de noordrand van de wijk. Deze heeft een sterke verankering in de wijk wat betreft sponsoring, donateurs en bezoekers. De kinderboerderij heeft een sterke band met de scholen en kinderdagverblijven in de wijk, die er graag komen spelen.

Direct naast de kinderboerderij zijn twee tuincomplexen. Één met vooral autochtone tuiniers en één met tuiniers van vooral Turkse afkomst. De laatste is niet formeel georganiseerd en

heeft moeite met het maken van de omslag naar een vereniging. In het kader van de stadsrandzone zijn recreatieve plannen in de maak, die betrekking hebben op dit gebied.

Aan de oostrand van de wijk, ligt de *Bokkensprong*, de zorgboerderij van 't *Bouwhuis*, evenals de ponyboerderij, die na de ramp in het leven geroepen om kinderen uit Roombeek een zorgeloze tijd met het verzorgen van en rijden op pony's te gunnen. Eveneens aan de oostrand staat het gebouwtje van scoutinggroep Emisario. Deze scoutinggroep heeft weinig uitwisseling met de wijk, maar wel met andere scoutinggroepen.

De Kinderboerderij en de Ponyboerderij draaien op gemeentelijke bijdragen. Beide gaat het financieel niet voor de wind, omdat de bijdragen minder worden. Zij vissen beide voor sponsoring in dezelfde vijver bij bedrijven in de buurt.

Sport

Sporten kan in de sporthal in de wijk, of in een van de zes sportparken, die in de omgeving te vinden zijn. Hier zijn allerlei sportclubs actief, die hun leden vooral uit Enschede-Noord rekruteren.

Conclusies

Deppenbroek heeft vanuit de professionele organisaties een hecht netwerk. Bijvoorbeeld het netwerk rond de zorg. De

organisatiegraad van bewoners echter is laag. Er bestaan bewonersorganisaties op complex/straat- en buurniveau, maar deze leiden meestal een inactief bestaan en hebben een smalle basis wat betreft bestuur en respons uit straat of buurt. Wijkraad-Noord beweegt zich binnen meerdere wijken in stadsdeel-Noord. Op het niveau van de wijk Deppenbroek bestaat er geen bewonersorganisatie. Zelforganisaties van allochtonen zijn relatief krachtig.

Op het gebied van ontspanning is de organisatiegraad van bewoners veel groter. Deels zijn deze ontspanningsclubs en -activiteiten autonoom ontstaan, deels met behulp van het sociaal-cultureel werk in Het Kompas. Ze zijn een uitdrukking van een grote behoefte aan laagdrempelige, simpele en goedkope ontspanningsactiviteiten in de wijk. Ook vanuit zorgcentra als Het Achtervoort en Ariënsstaete worden veel ontspanningsactiviteiten georganiseerd. Het gros is toegankelijk voor senioren in de wijk. Temidden van nieuwe ontwikkelingen als marktwerking, WMO en persoonlijke zorginkoop wil zorgaanbieder *AriënsZorgpalet* het beleidsuitgangspunt van uitwisseling met de wijk overleiden en waar mogelijk uitbouwen.

Tussen de bewoners en de organisaties die zich met ontspanning bezighouden bestaan weinig of geen samenwerkingsverbanden.



Thema's in Deppenbroek



Parkwijk: oase van ontmoeting, sport en spel

‘Er is gelegenheid om mee te doen, maar ook om er naar te kijken als ouder of passant’



Kennen van de buren en wijkbewoners

“Zo kwamen wij zelf op: we leven in een kring van groen”

Thema's in Deppenbroek



Voorzieningen in de wijk

'Er zijn bestaande plekken die meer een ontmoetingsplek kunnen worden'



Recreatie (jongeren)

'Er worden activiteiten georganiseerd vanuit Chill Out. Dat gaan de jongeren zelf doen'



TE ROOP
Nijntje
de polanen
verkoop en huur
0111 448 55 95

**De nieuwbouw is geweldig,
ook al is 'ie nieuw**

Merkidentiteit van Deppenbroek

Inleiding

Op basis van het vooronderzoek én van de resultaten van de *brandingsessie* is de gewenste merkidentiteit geformuleerd. Zij bestaat uit de beschrijving van de vijf kernkwaliteiten en de vijf kernwaarden en uit de beschrijving van de merkbeloofte van de wijk.

Kernkwaliteiten

De kernkwaliteiten van de wijk Deppenbroek hebben betrekking op de zogenaamde *hardware* van de wijk.

De vijf kernkwaliteiten zijn:

LIGGING

RUIM EN GROEN

WINKELS

DIVERSITEIT

KUNST

Ligging

De wijk ligt gunstig ten opzichte van het centrum, de snelwegen (A1) en het buitengebied. Via onder andere de Deurningerstraat en de Voortsweg ben je snel in het centrum, zowel met de auto, de fiets als met het openbaar vervoer. Ook aan de west-, noord- en oostzijde is de wijk goed ontsloten. Aan de noord- en

oostkant grenst de wijk direct aan het groene buitengebied, dat voor zowel fietsers als wandelaars goed bereikbaar is. Aan de westkant ligt alleen de wijk Bolhaar tussen Deppenbroek en het groene buitengebied.

Ruim en groen

De wijk is ruim en groen opgezet. Tussen de woonblokken is relatief veel groen. In het hart van de wijk, bij het winkelcentrum is van oudsher een groene zone die het hart van de wijk verbindt met het noordelijke buitengebied bij de kinderboerderij. De wijk als groene oase, waar jongeren en ouderen elkaar onderling kunnen ontmoeten en diverse kleinschalige activiteiten kunnen doen (jeu de boules, voetbal, basketbal, etc.) kan door beperkte investeringen worden versterkt.

Winkels

Er is sprake van een relatief grote diversiteit aan winkels in het winkelcentrum van Deppenbroek. Het winkelcentrum bevat winkels voor de dagelijkse levensbehoeften, maar ook meer specialistische zaken zoals een doe-het-zelfwinkel en een fotozaak. De komende verbetering van het winkelcentrum zal de aantrekkelijkheid alleen maar vergroten.

Diversiteit

Stedenbouwkundig en architectonisch is er sprake van een grote mate van diversiteit. In de wijk bestaan diverse buurtjes,

elk met een eigen stedenbouwkundige en architectonische uitstraling. De diversiteit heeft betrekking op hoogbouw en laagbouw, huur en koop, appartementen en eengezinswoningen. De recente nieuwbouw tussen de naoorlogse bouw geeft bewoners het trotse gevoel dat Deppenbroek een wijk in de lift is.

Kunst

Een bijzondere kwaliteit is de aanwezige (beeldende) kunst in de wijk. De relatief talrijke beelden in de openbare ruimte zorgen niet alleen voor verfraaiing, maar ook voor herkenningspunten in de wijk.

Kernwaarden

De kernwaarden van de wijk hebben vooral betrekking op wie de wijk is, welke mensen in de wijk wonen en hoe zij met elkaar omgaan.

De vijf kernwaarden van Deppenbroek zijn:

RUSTIG

VRIENDELIJK

OP JEZELF

TEVREDEN

RECREATIEF

Rustig

Deppenbroek is een rustige en veilige wijk. Bewoners laten elkaar met rust en kunnen er tot rust komen. Rust in de termen van relaxed. Deppenbroek is een aangename en rustige wijk voor verschillende doelgroepen. Ouderen geven aan zonder problemen 's avonds over straat te gaan. Jongeren geven aan dat het een rustige en veilige wijk is.

Vriendelijk

Deppenbroek is een vriendelijke wijk. Vriendelijk in de zin dat de mensen elkaar groeten en soms een praatje met elkaar maken. Vriendelijkheid is een soort basishouding en de verschillende groepen leven ontspannen naast elkaar. Deppenbroek is ook een wijk die vriendelijk is voor en accepterend naar kinderen.

Op jezelf

De bewoners zijn over het algemeen op zichzelf. In de straat is er nog wel contact, maar daarbuiten veel minder. Bewoners wonen over het algemeen in de eigen buurtjes. Contacten ontstaan op een toevallige, terloopse manier en worden ook zo onderhouden. Er is behulpzaamheid en contact rondom praktische zaken, maar intensieve betrokkenheid op elkaars leven is er minder. Contacten die er zijn, zijn er in kleine kring.

Schema subwaarden

KERNWAARDEN	RUST	VRIENDELIJK	OP JEZELF	TEVREDEN	RECREATIEF
FUNCTIE	ontspanning	contact hebben	contact met je naasten	rust	ontspannen met elkaar
EMOTIE	verstillig	harmonie met anderen	bij jezelf blijven	harmonie met jezelf	er bij horen
STREVEN	meer levendigheid	elkaar aanspreken	open staan voor anderen	kritischer worden	levendigheid vergroten

Tevreden

Deppenbroek is een tevreden wijk. De bewoners zijn over het algemeen tevreden mensen. Ze zijn tevreden met de wijk, de huizen en met de kleine dingen in het leven. Ze zijn tevreden met de forse vernieuwing die de wijk de afgelopen jaren heeft ondergaan. Dat wil niet zeggen dat alles goed is. Er zijn zaken te verbeteren in de wijk. En er is een flinke groep bewoners in de wijk die met sociaal-economische problemen kampt.

Recreatief

Deppenbroek blijft in de toekomst een wijk waar recreatief bezig zijn belangrijk is. Het zorgt voor ontspanning en levendigheid in de wijk. De activiteiten die daar bij horen zijn sport en spel, maar ook het rustig zitten op een bankje in het park. Het zijn vaak kleinschalige activiteiten in de straat, in de groene openbare ruimten en in wijkgebouwen als Het Kompas,

het gebouw van de speeltuinvereniging, etc. Het zijn activiteiten die je alleen doet of in verenigingsverband. In de directe omgeving van de wijk wordt gewandeld en gefietst.

Merkbelofte Deppenbroek: 'Relaxed wonen'

De belofte die de wijk aan haar huidige bewoners én aan potentieel nieuwe bewoners doet, is dat het in de toekomst relaxed wonen is voor jong en oud in een wijk die qua sfeer vriendelijk en qua uitstraling een groene oase aan de rand van de stad is. Een wijk waarin je je goed kunt ontspannen en recreëren en waar zorg aanwezig is, indien nodig. Het streven is wel om de levendigheid in beperkte mate te vergroten, om zo te voorkomen dat Deppenbroek in de toekomst een 'doodse' wijk wordt. Met haar merkbelofte onderscheidt Deppenbroek zich van andere wijken in Enschede-Noord.



WINKELCENTRUM DEPPENBROEK



**Ik ga naar het winkelcentrum
om mensen te ontmoeten**

Referentiekader: toekomstvisie en strategie

Inleiding

Hoewel merkbeloofte en merkidentiteit verankerd zijn in de huidige situatie van Deppenbroek gaat het realiseren van de aspiraties die de merkbeloofte en merkidentiteit inhouden niet vanzelf. Een toekomstvisie op de wijk en een daarbijbehorende gezamenlijke strategie van bij de wijk betrokken partijen is belangrijk.

Toekomstvisie

In de toekomstvisie staat het waarmaken van de merkbeloofte van de wijk *'Relaxed wonen'* centraal. Nu en in de toekomst is Deppenbroek een wijk waarin het in het algemeen voor de bewoners relaxed wonen is. De contacten en activiteiten vinden vooral plaats op micro-niveau: in de straat en in de buurt. Vooral daar zijn er de vertrouwde plekken van bewoners. De contacten zijn over het algemeen ongedwongen en vriendelijk. De activiteiten zijn vooral gericht op ontspanning, zowel in de verschillende centra als in de openbare ruimte. Het betreft activiteiten bedoeld voor kinderen, jongeren en volwassenen, ongeacht etnische afkomst. Op wijkniveau zijn de activiteiten en contacten beperkt.

Relaxed wonen houdt ook verzorgd wonen in. Er zijn voldoende zorgvoorzieningen voor degenen die dat nodig hebben. Naast

de voorzieningen op wijkniveau, zoals winkels, scholen, medische voorzieningen en speeltuin zijn er voorzieningen op straat- en buurniveau.

Voor de zorg- en ontspanningsactiviteiten zijn veel vrijwilligers nodig. Vrijwilligerswerk wordt dan ook gestimuleerd, o.a. bij mensen die geen betaald werk hebben. Aan hen worden cursussen aangeboden gericht op het verlenen van zorg en het doen van sociaal-cultureel werk.

Het stedenbouwkundige karakter van de wijk en de aanwezigheid en nabijheid van zorgvoorzieningen maakt wonen conform de merkbeloofte (in de toekomst) mogelijk. De kernkwaliteiten van de wijk, waaronder de ruime en groene opzet van de wijk, dragen daartoe bij, evenals de directe aansluiting op de groene stadsrandzone. Daarnaast zullen er maatregelen genomen moeten worden om de merkbeloofte in de toekomst op verschillende punten te ondersteunen.

Nu en in de toekomst onderscheidt Deppenbroek zich met haar merkbeloofte van Roombeek, waar sprake is van een meer stedelijke levendigheid en stijl van leven. Het onderscheid met Mekkelholt kan nog niet worden gedefinieerd.

Strategie

De strategie richt zich er op om de gewenste situatie in de wijk te behouden en in een tijdsbestek van vier jaar op onderdelen verder te versterken. Het is een strategie die door de betrokken partijen in de wijk gezamenlijk wordt ontwikkeld en uitgevoerd. Naast een paar 'grootschalige' projecten gaat het vooral om kleinschalige activiteiten.

In de strategie staan zes maatregelen centraal:

1. Het optimaliseren van de fysieke verbinding tussen Deppenbroek en haar omgeving

De ligging van Deppenbroek ten opzichte van het centrum en het buitengebied is uitstekend. De ligging kan geoptimaliseerd worden door aan de ene kant de verbindingen met Mekkelholt, Roombeek en het centrum te verbeteren en aan de andere kant de verbinding met het buitengebied te verbeteren. Het verbeteren van de verbindingen heeft naast een feitelijk ook een symbolisch karakter. Onderscheid en samenhang tussen de drie gebieden is eigenlijk al vanaf de bouw van Mekkelholt en Deppenbroek een thema. Dat thema kreeg een nieuwe dimensie na de vuurwerkramp.

2. Leren kennen van de buren

Het netwerkonderzoek, de wijkenquête en de brandingssessies hebben materiaal opgeleverd over de mensen die in de wijk



wonen en over hoe zij met elkaar omgaan. Op straatniveau kent men elkaar redelijk, daarbuiten niet. Het leren kennen van de bewoners in de straat en de buurt is belangrijk voor de herkenning en vertrouwdeheid in de buurt.

3. Zorgen voor voorzieningen op maat

Voorzieningen in de wijk is van oudsher een belangrijk thema. Al bij de bouw van Deppenbroek is een discussie ontstaan over soort en aantal voorzieningen in relatie tot Mekkelholt. Deze discussie bestaat nog steeds. Sociaal-culturele activiteiten zijn er zowel in Het Kompas als in Prismare. Jongerenactiviteiten worden gehouden in de Chill-out in Roombeek. Gelet op de merkbefoete van de wijk is het echter belangrijk om zorgvoorzieningen en sociaal-culturele voorzieningen in de wijk te behouden c.q. te versterken. Het gaat daarbij niet alleen om voorzieningen op wijkniveau, maar ook om maatwerk op straat- en buurtniveau, bijvoorbeeld sociaal-culturele en sport- en spelactiviteiten (zie ook maatregel 5). Daarbij kan mogelijkerwijs, naast het Kompas, gebruik worden gemaakt van de verschillende semi-publieke ruimtes in de wijk (speel-tuinvereniging e.d.).

Daarnaast is het belangrijk om aandacht te schenken aan de sociaal-economische situatie in de wijk. Uit recent gemeentelijk onderzoek blijkt dat de sociaal-economische situatie in Deppenbroek onvoldoende is. Het stimuleren van vrijwilligers-

werk en het bieden van cursussen over zorg, sociaal-cultureel werk en sport aan de vrijwilligers is in dit verband belangrijk.

4. Het ontstaan van vertrouwde plekken faciliteren

Door de bewoners zijn verschillende vertrouwde plekken in de wijk genoemd, zoals het winkelcentrum, de kinderboerderij en het basketbalveldje. Ook sommige kunstwerken dienen als herkenningspunten en als vertrouwde plekken. Er komen veel mensen bij het Servicecentrum-Noord, maar dit wordt vooral gezien als een functionele plek, waar je je zaakjes regelt. Herkenbare en vertrouwde plekken zijn belangrijk om plezierig en prettig te kunnen wonen in de wijk.

5. Oases van sport en spel realiseren

De wijk is een groene oase waarin rust, sport en spel op verschillende plekken versterkt gaan worden. Het gaat niet om één grote oase, maar om kleine oases op verschillende plekken in de wijk. Deppenbroek zal een oase van rust zijn voor ouderen, en een oase van sport en spel voor de kinderen en jongeren in de wijk. Dit past ook bij de allochtonen die in hun vrije tijd graag en veel buitenshuis verblijven. Deze oases kunnen onder meer gerealiseerd worden in het middengebied bij het winkelcentrum, maar op wat kleinere schaal ook in de groengebieden tussen de complexen. In het middengebied kunnen *parasites* (tijdelijke bouwsels) gericht op ontspanning, sport en spel worden gemaakt. Om de sport- en spelactiviteiten in het middengebied

te ondersteunen is het zinvol om te onderzoeken of de verplaatsing van de speeltuin naar deze plek mogelijk is. In ieder geval is samenwerking tussen de verschillende organisaties die zich met ontspanningsactiviteiten in Deppenbroek bezig houden absoluut noodzakelijk om deze oases van sport en spel te versterken en te beheren.

6. Ondersteunen van netwerkcommunicatie

Communicatie in en over de wijk is belangrijk, zowel tussen bewoners(groepen) onderling als tussen instanties en bewoners(groepen). Instanties zijn vooral de corporaties en de gemeente. Omdat bewoners minder gemakkelijk het initiatief nemen, zullen instanties dit vaker doen. Communicatie is hierbij een belangrijke factor. Ook de bekendheid van activiteiten die in de wijk worden georganiseerd kan beter.

De eerste vijf maatregelen worden in het volgende hoofdstuk over het strategische programma uitgewerkt. De zesde maatregel wordt uitgewerkt in het hoofdstuk over communicatie.



Hoe ziet Deppenbroek er over 10 jaar uit?



‘Deppenbroek is een groene en vergrijsde doorgangswijk’



‘Over 10 jaar is Roombeek het bruisende hart van Enschede-Noord en Deppenbroek een voorstad van Roombeek’

Hoe ziet Deppenbroek er over 10 jaar uit?



‘De voorzieningen die in Deppenbroek blijven zijn zorg-gerelateerd’



‘Wij zien het als een geheel, deze drie wijken’



**Voor de buren staat de achterdeur open,
maar niet voor de hele buurt**

Aanzet strategisch wijkprogramma 2009–2013

Inleiding

Het realiseren van de gewenste merkidentiteit en merkbeloofte wordt ondersteund door een strategisch wijkprogramma 2009-2013. In dit programma worden de belangrijkste strategische maatregelen, projecten en activiteiten opgenomen. Dat wil niet zeggen dat er geen andere activiteiten in de wijk zullen worden opgepakt en uitgevoerd. Hier gaat het echter vooral om maatregelen en projecten die direct van belang zijn voor het realiseren van de *brand*. In dit hoofdstuk wordt een aanzet gegeven voor een strategisch wijkprogramma.

Doelstelling van het programma

De doelstelling van het programma is direct gekoppeld aan de (gewenste) merkidentiteit en merkbeloofte van de wijk en luidt: *'Het versterken van de wijk Deppenbroek, zodanig dat huidige en nieuwe bewoners relaxed kunnen wonen in een vriendelijke, groene wijk.'*

Maatregelen en strategische projecten

Het programma bestaat uit de volgende 5 maatregelen:

A. Het optimaliseren van de fysieke verbinding tussen Deppenbroek en haar omgeving

De maatregel houdt in dat de fysieke verbinding tussen Deppenbroek en de omliggende wijken wordt verbeterd. Dat geldt zowel voor de verbinding met Mekkelholt en Roombeek, als voor de verbinding met het buitengebied.

Strategisch project

- Verbeteren van de verbinding tussen het centrum, Roombeek en Deppenbroek, zowel in symbolische alsook in fysieke zin.
- Realiseren van de fiets- en groene route vanaf Roombeek via de Fazantstraat naar de Vanekerstraat.

B. Leren kennen van de burens

De maatregel houdt in dat de burens in de straat en in de buurt elkaar beter leren kennen, zodat zij weet hebben van elkaar en ontspannen met elkaar om kunnen gaan.

Strategisch project

- Ondersteunen van straat- en buurtactiviteiten
- Kinderactiviteiten
- Welkomstproject nieuwe burens



C. Zorgen voor voorzieningen op maat

Deze maatregel houdt in dat zowel op wijk-, als op straat- en buurniveau voldoende voorzieningen worden gerealiseerd.

Strategische projecten

- Vrijwilligerswerk stimuleren;
- Cursusaanbod ten behoeve van vrijwilligers;
- Sociaal-culturele activiteiten op straat- en buurniveau;
- Sociaal-culturele activiteiten ontplooiën in het middengebied;
- Onderzoek doen naar de verplaatsingsmogelijkheden van de speeltuin naar het middengebied;
- Onderzoeken hoe de huisvestingsmogelijkheden in de wijk van ouders waarvan de kinderen woonachtig zijn in 't Bouw huis kunnen worden vergroot.

D. Het ontstaan van vertrouwde plekken in de wijk faciliteren

Deze maatregel houdt in dat voor bewoners bestaande vertrouwde plekken worden ondersteund en het ontstaan van nieuwe vertrouwde plekken wordt gefaciliteerd.

Strategische projecten

- Aanbrengen van bankjes op verschillende routes door de wijk;
- Onderhoud en veiligheid van plekken garanderen;
- Herkenbaarheid kunstroute in stand houden, verbeteren.

E. Oases van sport en spel realiseren

Deze maatregel richt zich op het realiseren van oases van sport en spel in de wijk zodat het ontspannen en recreatief karakter van de wijk gestalte krijgt.

Strategische projecten

- Het middengebied bij het winkelcentrum inrichten als ruime oase van sport en spel met verschillende sferen voor verschillende doelgroepen.
 - Basketbalveldje met daaromheen andere plekken met andere sportactiviteiten;
 - Stille- en rustplekken, waar je kan lezen, schaken, dammen;
 - Ontmoetingsplekken;
 - Speeltuinactiviteiten;
 - Jeu de boulesbaan;
 - *Parasites* (tijdelijke bouwsels) maken;
- Het realiseren van kleine oases op straat- en buurniveau: bankjes, spelelementen etc.
- Het maken van een sport- en spelroute door de wijk heen die de (meeste) oases met elkaar verbindt. Indien mogelijk een koppeling met kunst- en vlinderoute.

Uitwerken strategisch programma

Uitwerken activiteiten

De aangeleverde ideeën moeten worden uitgewerkt tot projecten. De uitwerking vindt plaats op basis van de methode

van project- en programmamanagement. Tegelijkertijd worden de instrumentele en inhoudelijke aspecten verder uitgewerkt, zoals kwaliteit, organisatie, tijdsplanning, informatie en communicatie en geld.

Uitwerken strategisch programma

Tegelijkertijd wordt het strategische programma uitgewerkt. Activiteiten en projecten worden gerangschikt per maatregel. Gekeken wordt in hoeverre de activiteit bijdraagt aan de te realiseren doelstelling, er efficiënt wordt omgesprongen met de middelen, de activiteit technisch en maatschappelijk haalbaar is, de financiering geregeld is en er een goede tijdsplanning is gemaakt. Bovengenoemde variabelen worden ook gebruikt om de uitvoering van het programma te monitoren en eventueel bij te stellen.

Programmateam

Er wordt een programmateam samengesteld dat zich verantwoordelijk voelt voor het bewaken van de *brand* en voor de ontwikkeling en uitvoering van het strategische programma. Voor de uitwerking zie hoofdstuk 11.



Wat zijn de vertrouwde plekken in Deppenbroek?



'Je ontmoet veel mensen in het winkelcentrum'



OPO : ONTMOETINGSPLEK VOOR OUDEREN / OUDERS

'De ontmoetingsplekken zijn ver uit elkaar, daarom hebben we een pitstop halverwege bedacht'



'Het trapveldje bij de moskee, dat wordt door veel jongeren gebruikt'

Beeldmerk voor Deppenbroek



‘De kern is volgens ons een boom met een bankje eromheen’

‘Het welkomstgebaar staat voor de vriendelijkheid’



‘Een multiculturele wijk met verschillende activiteiten en voorzieningen’

Positionering en wijkcommunicatie

Inleiding

In dit hoofdstuk wordt de positionering van het gebied, alsmede de hoofdlijnen van de wijkcommunicatie uitgewerkt. De positionering gaat over hoe de wijk naar buiten toe wordt geprofileerd. Het communicatieplan gaat over het doel en de strategie van de communicatie, alsook over de daarbij behorende communicatieactiviteiten.

Positionering van de wijk Deppenbroek

Doelstelling positionering

Doelstelling van de positionering van de wijk is het onderscheidende profiel van de wijk zodanig naar buiten brengen dat het voor de stad in haar geheel herkenbaar is én dat huishoudens die zich aangetrokken voelen tot dit profiel ook daadwerkelijk belangstelling gaan tonen om in de wijk Deppenbroek te gaan wonen.

Unique Selling Points

Positionering en profilering van de wijk vindt plaats op basis van de *Unique Selling Points* van de wijk. De USP's van Deppenbroek bestaan uit de merkbepalende *Deppenbroek: Relaxed wonen*, de kernkwaliteiten en de kernwaarden. Hieronder worden ze nog eens kort samengevat.

Kernkwaliteiten

- Gunstige ligging van de wijk ten opzichte van het centrum, de snelwegen en het buitengebied.
- Een ruime en groene stedenbouwkundige opzet van de wijk.
- Een grote diversiteit aan winkels in het winkelcentrum.
- Een grote diversiteit aan stedenbouw, architectuur en buurtjes.
- Als bijzondere kwaliteit: de beeldende kunst in de wijk.

Kernwaarden

- Een rustige en veilige wijk.
- Een wijk waarin de bewoners vriendelijk met elkaar omgaan.
- Een wijk waarin je op jezelf kunt zijn.
- Een wijk waarin de bewoners over het algemeen tevreden zijn.
- Een wijk waarin ontspanning en recreatief bezig zijn belangrijk is.

Doelgroepen

Doelgroepen van de positionering zijn instellingen en bewoners van de stad. Een stadsbrede profilering zal de reputatie van de wijk in positieve zin doen verbeteren. Specifieke doelgroep zijn de huishoudens die zich aangetrokken voelen tot het profiel en die belangstelling tonen om in het gebied te gaan wonen. De *brand* wil daarbij in het bijzonder aantrekkelijk zijn voor jonge gezinnen met kinderen.



Instrumenten

Er is geen reden om afzonderlijke marketinginstrumenten in te zetten voor specifieke doelgroepen. Een wijd verspreide *brandsheet* en *billboards* bij de entrees van de wijk volstaan. Dit alles in de nieuw te ontwikkelen huisstijl van de wijk.

Wijkcommunicatie

Doelstelling

Doelstelling van de wijkcommunicatie is tweeërlei:

1. Het informeren van bewoners en instellingen over ontwikkelingen en activiteiten in de wijk.
2. Het geven van informatie aan bewoners in de wijk over wie er wonen in de wijk, als basis voor het elkaar leren kennen.

Stijl van communiceren

De stijl van communiceren, passend bij de *brand* van de wijk is:

- Ingetogen
- Individueel gericht
- Gericht op microniveau: straat en buurt
- Een grafische stijl, passend bij het nieuwe beeldmerk

Doelgroepen

Uiteraard zijn alle bewoners en gebruikers van de wijk doelgroepen van de communicatie. Specifieke aandacht in de vormgeving van de communicatie is nodig voor doelgroepen zoals de ouderen, de (nieuwe) bewoners in koopwoningen, huishoudens met een andere etnische afkomst en jongeren.

Instrumenten en activiteiten

- Beeldmerk maken en huisstijl ontwikkelen
- Logo als kras-ansichtkaart huis aan huis verspreiden
- Communicatieroute maken waarbij logo startpunt is
- Eigentijdse straatomroeper benoemen
- Plakzuilen bij oases en pleisterplaatsen
- Affiches met de merkbeloofte
- *Billboards* bij de entrees van de wijk
- Set ansichtkaarten met informatie over de verschillende activiteiten



Netwerk als ondernemend gezelschap

Inleiding

Uit de brandingssessie, de enquête en het onderzoek naar het netwerk blijkt dat de belangstelling van bewoners om op wijkniveau een actieve groep te vormen (met uitzondering van de huidige wijkraad) niet groot is. De animo om grote wijkactiviteiten te ontwikkelen past niet bij de merkidentiteit van de wijk. Bewoners zijn op zichzelf gericht en actief in het micromilieu. Dat vraagt om een invulling van het ondernemende gezelschap dat past bij de wijk.

Het ondernemende gezelschap

Netwerk van ondernemende personen

Het netwerk in de wijk, zoals eerder beschreven, kan de basis zijn van het aanpakken van activiteiten in de wijk. Afhankelijk van het onderwerp kunnen ondernemende personen uit het netwerk bij elkaar worden gebracht om specifieke activiteiten te ontwikkelen en uit te voeren. Per onderwerp zijn dat andere ondernemende personen. Belangrijke voorwaarde voor het goed functioneren van het netwerk is dat iedereen weet wie wel en wie niet tot het netwerk behoort. Het netwerk is herkenbaar, o.a. doordat niet alleen de organisaties worden genoemd maar ook de personen. Een digitale nieuwsbrief, exclusief voor het netwerk, is een goed hulpmiddel om het netwerk herkenbaar te maken en dient tegelijkertijd als bindmiddel. Uiteraard

kan het netwerk worden aangevuld met nieuwe organisaties en ondernemende personen. De *Toermalijn-groep* is onderdeel van het netwerk.

De Toermalijngroep

De groep deelnemers aan de sessies in de Toermalijn vormen de bron van de *brand* en het strategische wijkprogramma. Het is belangrijk om deze groep te informeren en te horen over de verdere uitwerking van de *brand* en het strategische wijkprogramma. Dat zou kunnen door één keer per jaar een bijeenkomst voor deze groep te organiseren.

Programmateam

Er wordt een programmateam ingesteld dat verantwoordelijk is voor de verdere uitwerking van de *brand* en van het strategische wijkprogramma. In het programmateam zit in ieder geval woningcorporatie *Domijn*, het stadsdeelmanagement en verschillende andere gemeentelijke afdelingen. Afhankelijk van het onderwerp schuiven andere instellingen bij het programmateam aan. Het managen van het strategische programma is de verantwoordelijkheid van het stadsdeelmanagement.



Hobby Garage Deppenbroek

INGANG OM
DE HOEK

**NIET
PARKEREN**

INGANG OM
DE HOEK

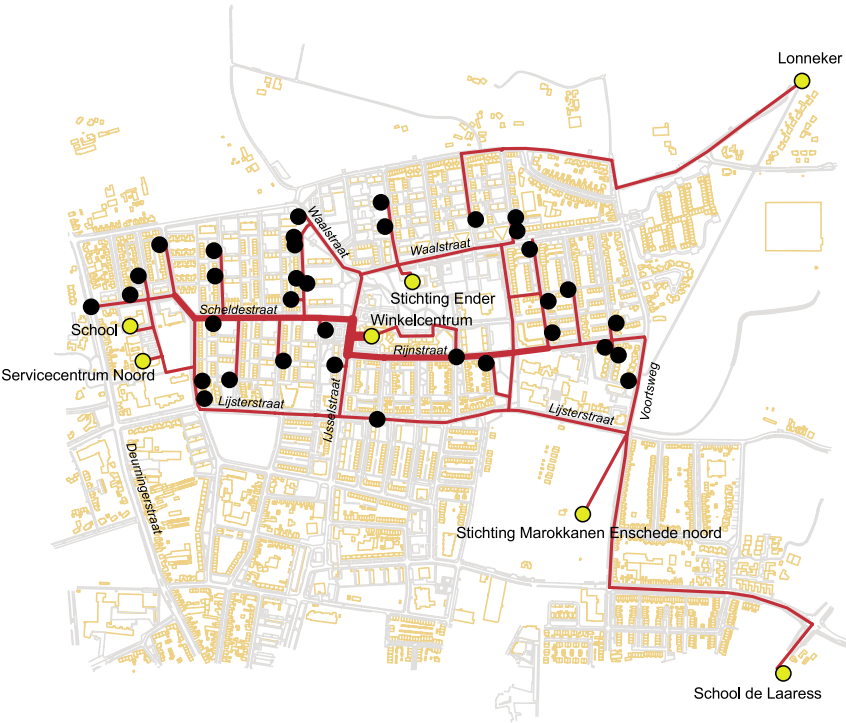
**NIET
PARKEREN**

**NIET
PARKEREN**

Afvaldienst Twente.nl
tel. 0900 401040



Bijlage 1. Routes respondententen, functionele bestemmingen



Legenda

● Woonadres

● Bestemming

Routes functioneel

— 1-5 keer aangegeven

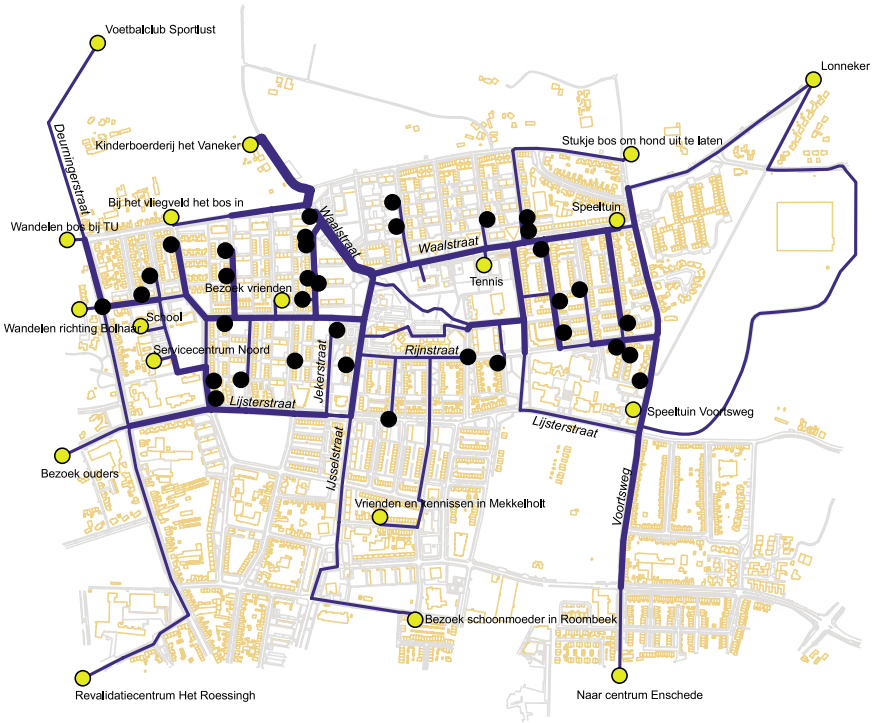
— 6-15 keer aangegeven

— > 16 keer aangegeven

Koeman consult, 2008
© Gemeente Enschede, afdeling vastgoedinformatie



Bijlage 2. Routes respondententen, recreatieve bestemmingen



Legenda

● Woonadres

● Bestemming

Routes recreatief

— 1 keer aangegeven

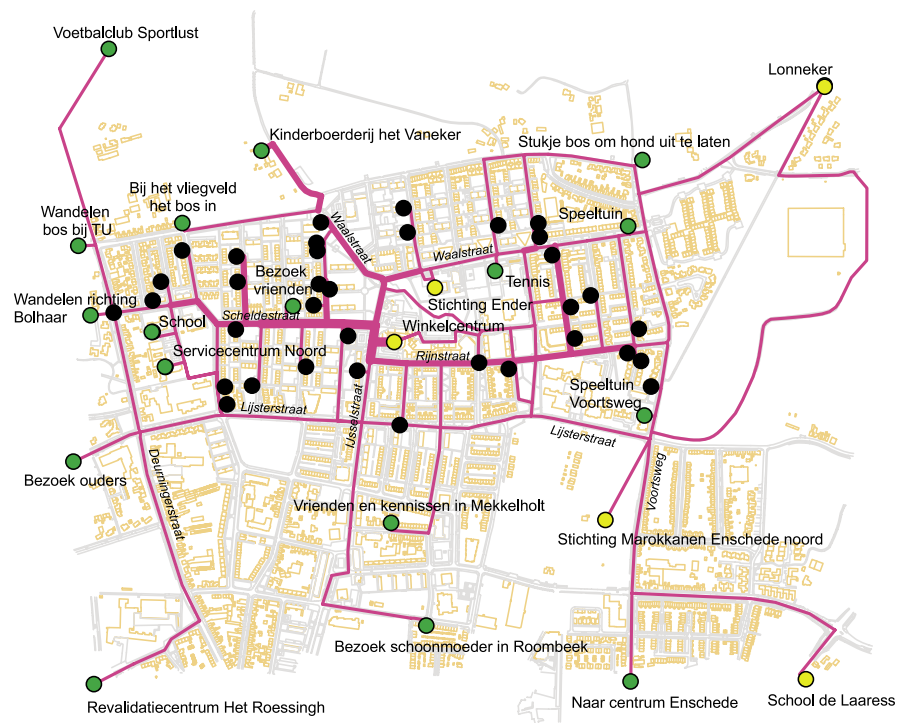
— 2 - 3 keer aangegeven

— > 3 keer aangegeven

Koeman consult, 2008
© Gemeente Enschede, afdeling vastgoedinformatie



Bijlage 3. Routes respondententen, functionele en recreatieve bestemmingen opgeteld



Legenda

- Woonadres
- Functionele bestemming
- Recreatieve bestemming

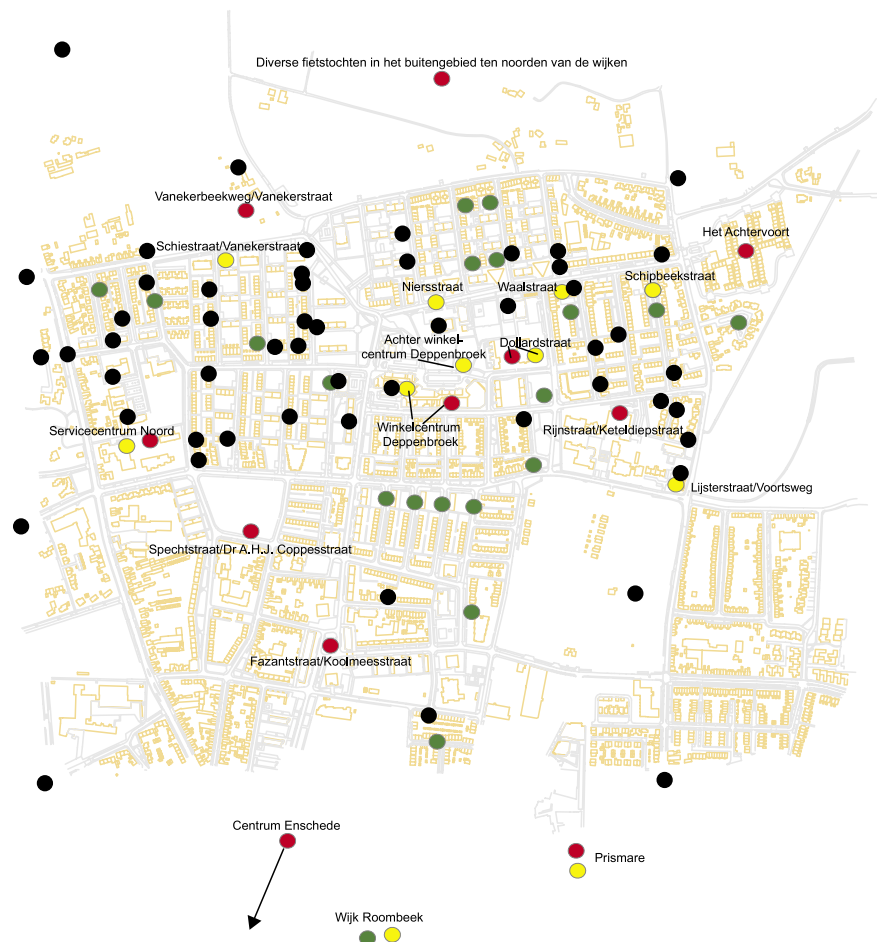
Routes functioneel en recreatief opgeteld

- 1 - 4 keer aangegeven
- 5 - 13 keer aangegeven
- > 13 keer aangegeven

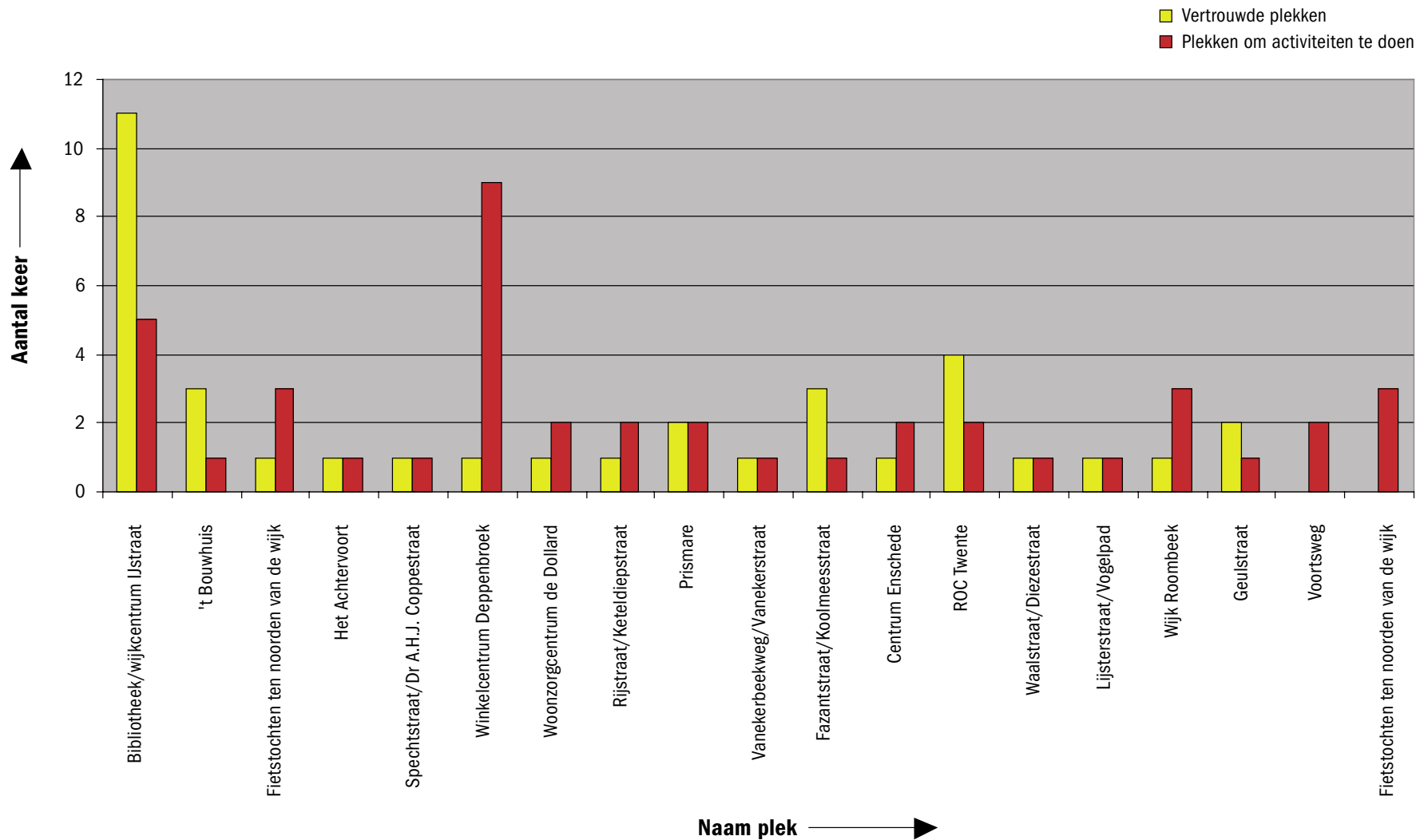
Koeman consult, 2008
© Gemeente Enschede, afdeling vastgoedinformatie



Bijlage 4. Plekken in Deppenbroek



Bijlage 5. Frequentieverdeling plekken in Deppenbroek



Bijlage 6: Literatuurlijst

Afdeling Onderzoek & Statistiek, *Onderzoek winkelcentrum Deppenbroek gemeente Enschede* (Enschede, 1983).

Afdeling spz. sociografisch en statistisch bureau, *Plan Deppenbroek. Richtlijnen t.a.v. de inhoud van het plan* (Enschede, 1958).

Afdeling spz. sociografisch en statistisch bureau, *Plannen Deppenbroek en Bolhaar-Noord. Uitgangspunten ten aanzien van functies en situering* (Enschede, 1957).

Afdeling spz. sociografisch en statistisch bureau, *Rapport Mekkelholt 1956, voorlopig sociografisch commentaar* (Enschede, 1956).

Afdeling spz. sociografisch en statistisch bureau, *Wijzigingen plan Mekkelholt en Ontwerp plan Deppenbroek* (Enschede, 1959).

Backer, Annemieke en Ad van Nieuwenhuyzen, *Buitenruimte verslag architectuurverfrissing* (Enschede, 1973).

Beer, Relinde de en Dennis van Helmond, *Typering van de wijk Deppenbroek door bewoners en actieplan voor verbetering van de identiteit van de wijk Deppenbroek* (Enschede, 2007).

Lugt, Frans de en Wim Rijkeboer, *Roombeek. De verdwenen wijk. Een levendige herinnering* (Enschede, 2000).

Meijerink, Natalie en Suzanne van der Valk, *Verslag van het onderzoek in Deppenbroek*, (Universiteit Twente, Faculteit Bedrijf, Bestuur & Technologie, 2006).

Neuzen in oude kranten. Een selectie van de krant Tubantia met artikelen over de naoorlogse wijk Deppenbroek uit de periode 1959-1969. Uitgegeven in het kader van het project 'Erfgoed Bereikbaar' (Enschede, 2003).

Sociografisch en statistisch bureau, *Mekkelholt 1956. Sociografische commentaren t.a.v. het herziene uitbreidingsplan in onderdelen Mekkelholt 1956* (Enschede, 1956).

Stichting Netwerk Enschede, *Gebiedsinventarisatie en ontwikkelingsplan voor het gebied Deppenbroek* (Enschede, 1992).

Tubantia, diverse jaargangen.

Twentsche Courant, diverse jaargangen.

Wijkstructuurschets Enschede-Noord (Enschede, 1991).

Wijkvisie Enschede Noord 2015. Kwaliteiten benutten, kansen creëren (Enschede, 2003).

Bijlage 7: Deelnemers aan de sessies

Dhr. Andriessen
Mw. Beumer
Mw. Bolink
D. Bossink
Dhr. Van Dam
Dhr. Van Faassen
Dhr. Fraterman
Mw. Hamdaoui
Mw. Hamdaoui
Mw. Hans
Dhr. Hijkoop
Mw. Huisman
Dhr. Kamperman
J. Latetoe
Mw. Leferink
P. Leurvink
Mw. Liedtke
B. Mahbobi
Mw. Malinello
Dhr. Morsink
A. Mourabit
I. Mourabit
Dhr. Mourabitti
Dhr. Moviat
Dhr. Oomens
Dhr. Oostindie

Mw. Ooyik
Dhr. Ooyik
Dhr. Pahlplatz
Dhr. Scholten
M. Snijder
Mw. Stender-Wamelink
Mw. Veneman
Mw. Vije
Dhr. Westerbeek
Dhr. Zuidersma



Begeleiding en productie

Productie:	Kars Advies, Utrecht
Procesbegeleiding:	Hans Kars, Martin Jansen
Verslag:	Maud Aarsen
Grafische vormgeving:	Geert Gratama, Bussum
Fotografie:	Willem Mes Photography, Hans Kars, Martin Jansen
Kaarten:	Daniël Koeman
Tekeningen:	Jasper Andries, Geert Gratama, Luuk Poorthuis

Juli 2008



Kars Advies
Erasmuslaan 1b
3584 AZ Utrecht
030 212 98 47
hanskars@karsadvies.nl
www.karsadvies.nl

**In opdracht van de gemeente Enschede
en woningcorporatie Domijn**

Gemeente  Enschede





