



Roombeek

Bron van inspiratie

Roombeek

Bron van inspiratie

**Rapportage gebiedsidentiteit Roombeek, Enschede
Juni 2014**



Inhoudsopgave

INLEIDING	6
HOOFDSTUK 1. DE WIJK	8
HOOFDSTUK 2. VRAAGSTELLING EN AANPAK	12
HOOFDSTUK 3. TRANSFORMATIE VAN DE WIJK	18
HOOFDSTUK 4. THEMA'S UIT VOORONDERZOEK	24
HOOFDSTUK 5. MERKIDENTITEIT ROOMBEEK	26
HOOFDSTUK 6. VISIE, STRATEGIE EN PROGRAMMA	32



Kleinstraat



uitgezonderd



Inleiding

In opdracht van de gemeente Enschede is door Kars Advies een gebiedsidentiteit gemaakt voor de wijk Roombeek. In deze rapportage worden de resultaten van dit proces beschreven. De bijdrage van Sander van der Wal (stagiair), zowel in het proces als in de rapportage, is daarbij waardevol en groot geweest.

De rapportage begint met een korte beschrijving van de wijk Roombeek (hoofdstuk 2). Vervolgens worden vraagstelling en aanpak toegelicht (hoofdstuk 3). Het hoofdstuk daarna gaat over de transformatie die de wijk heeft ondergaan (hoofdstuk 4). De transformatie van de wijk geeft belangrijke achtergrond informatie voor de huidige merkidentiteit. In het hierop volgende hoofdstuk worden de thema's uit het vooronderzoek beschreven (hoofdstuk 5). Vervolgens wordt er verder ingegaan op de identiteit van de wijk (hoofdstuk 6). Dit hoofdstuk vormt de kern van de rapportage. In het laatste hoofdstuk (hoofdstuk 7) gaat het over de visie, strategie en het programma. Dit hoofdstuk gaat over de toekomstplannen voor Roombeek en wat er gedaan moet worden om dit te bereiken.



De wijk Roombeek

De wijk Roombeek ligt in Enschede, stadsdeel Noord. De wijk ligt tussen de wijken Mekkelholt en Lasonder-Zeggelt in. De Deurningerstraat en de Beekstraat/Fazantstraat vormen de westgrens, De Dr J. van Damstraat en de Lijsterstraat/Voortmansweg vormen de noordgrens met de wijk Mekkelholt. De grens aan de oostkant is onduidelijk en zal de komende jaren een discussiepunt blijven. Aan de zuidkant vormt de Lasonder-singel de grens met Lasonder-Zeggelt.

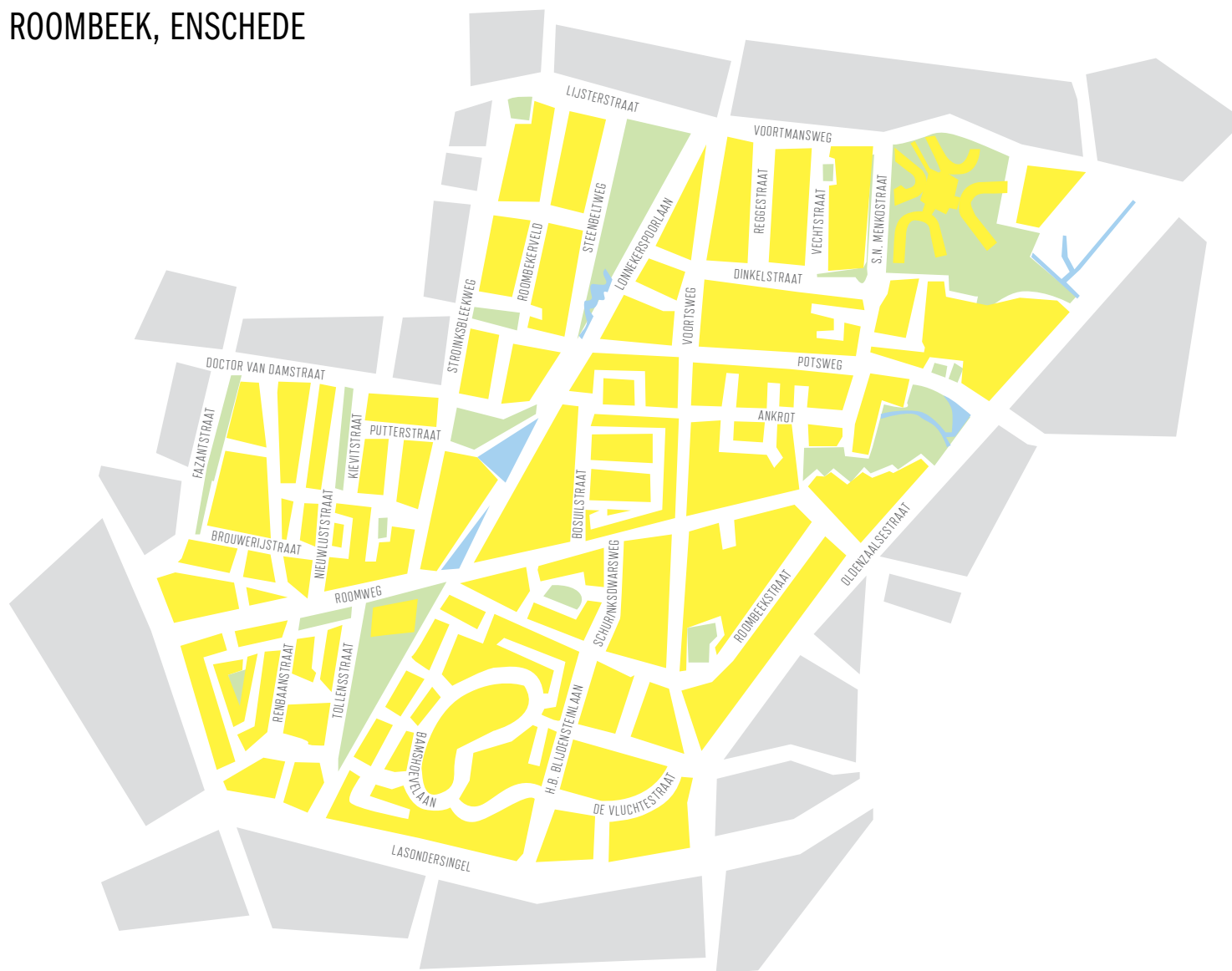
Roombeek staat vooral bekend om haar textielindustrie in het verleden en de tragische vuurwerkramp in 2000. Door een brand bij vuurwerkbedrijf SE Fireworks werd een gebied van 42 hectare vernietigd. Er kan gezegd worden dat de ramp de oorsprong is van de inmiddels bijna volledig herbouwde wijk Roombeek.

De wijk heeft op dit moment ruim 4000 inwoners waarvan 93% een Nederlandse nationaliteit heeft. In de wijk staan bijna 2300 woningen waarvan ruim 2000 in particulier bezit zijn. Hiervan is 46% éénpersoonshuishoudens, 25% huishoudens zonder kinderen en 29 % huishoudens met kinderen.

De wijk Roombeek kent relatief veel voorzieningen. De meeste voorzieningen liggen in het in 2010 opgeleverde winkelcentrum "Op de brouwerij". In het winkelcentrum zitten onder andere

twee supermarkten, de Hema, een visboer en een bloemist. Enkele van de aanwezige winkels zijn afkomstig uit de naastgelegen wijk Mekkelholt. Naast alle winkels is voorzieningencluster Prismare een belangrijke schakel in de wijk. Prismare wordt gezien als het kloppende hart van de wijk Roombeek.

ROOMBEEK, ENSCHEDE



Trots op wat je hebt bereikt in je leven



"Trots op wat we in deze wijk hebben bereikt."



"Rust die de wijk inmiddels heeft gevonden, balans, rust en ruimte, daardoor ben je er graag."

Trots op wat je hebt bereikt in je leven



"Snelle wederopbouw, daadkracht (bewoners + gemeente), draagkracht, vitaliteit."



"Wat wij als bewoners samen van Roombeek gemaakt hebben."

Vraagstelling en aanpak

Vraagstelling

De aanleiding van de vraag om een gebiedsidentiteit te onderzoeken van de wijk Roombeek is niet omdat er in deze wijk grote problemen zijn. Over het algemeen gaat het goed in deze wijk.

Er zijn een aantal andere redenen voor dit onderzoek.

1. De eerste reden is om de identiteit van de wijk opnieuw te definiëren na de periode van de vuurwerkramp en de wederopbouw van het gebied. De geschiedenis is van grote betekenis voor de identiteit van de wijk, maar er is meer. Na de wederopbouw hebben bewoners en bedrijven geleefd en gewerkt in de wijk en daarbij hun eigen routines en rituelen ontwikkeld. Ze hebben activiteiten samen, maar ook alleen gedaan. In de wijk hebben zij plekken gevonden, dan wel gemaakt, die voor hun betekenisvol en vertrouwd zijn. Naast de geschiedenis is de woon- en werkbeleving van bewoners en bedrijven anno nu dan ook van invloed op de identiteit van het gebied.
2. De tweede reden is om de wijk opnieuw te positioneren ten opzichte van de andere wijken in Enschede. Met enige afgunst is de afgelopen jaren gekeken naar de grote investeringen die in de wijk zijn gedaan. Dat heeft het beeld dat anderen over de wijk hebben beïnvloed, naast uiteraard het beeld van het drama van de vuurwerkramp. De wijk anno nu is meer dan dat en ook dat beeld kan en moet naar buiten toe worden uitgedragen.
3. De derde reden, samenhangend met de bovenstaande, is dat in de wijk Roombeek veel voorzieningen aanwezig zijn die ook bedoeld zijn voor de bewoners en bedrijven in de omliggende wijken. Tot nu toe wordt daar echter (te) weinig gebruik van gemaakt door de omliggende wijken om wat voor reden dan ook. De voorzieningen zijn echter ook van en voor de omliggende wijken. De gebiedsidentiteit gaat bijdragen aan een beter gebruik van de voorzieningen door de omliggende wijken.
4. De vierde reden is dat sprake is van een maatschappelijke transitie die ook in Roombeek zichtbaar wordt/zal worden. De wederopbouw van Roombeek is hybride van karakter. Aan de ene kant is sprake van een planmatige wederopbouw, waarbij de overheid de regie heeft. Aan de andere kant is en wordt er ruimte gegeven aan een organische ontwikkeling waarbij ruimte is voor maatschappelijke en particuliere initiatieven. De huidige transitie gaat nog meer richting organische ontwikkeling, waarbij bewoners en bedrijven, verbonden in verschillende netwerken, al dan niet samen activiteiten ontwikkelen. De vraag is hoe zich dit in Roombeek ontwikkelt. Is er sprake van een zelforganiserend vermogen van de wijk? Is het zelforganiserend vermogen veel ruimer dan de schaal van de wijk? Hoe werkt het zelforganiserend vermogen in de wijk?



Aanpak

Hoofdpijnen van de aanpak zijn:

A. Het onderzoeken van de gebiedsidentiteit van de wijk Roombeek

Het zoeken naar gebiedsidentiteit van de wijk Roombeek betreft het beschrijven en verbeelden van de merkidentiteit (kernkwaliteiten, kernwaarden en toekomstbelofte), het formuleren van de toekomstvisie, de ambitie en de strategie en tenslotte het definiëren van het strategisch programma.

De gebiedsidentiteit van de wijk Roombeek is per definitie een coproductie van de verschillende relevante partijen in de wijk: bewoners, instellingen, bedrijven en gemeente. De gebiedsidentiteit inclusief het plan is van deze partijen gezamenlijk. Het is hun inspiratiebron voor de aanpak van de wijk in de komende jaren.

In een aantal stappen wordt de gebiedsidentiteit gemaakt n.l.:

- Vooronderzoek;
- Brandingsessie;
- Visie- en programmasessie;
- Rapportage;

B. Het maken van een gebiedsproduct voor de wijk Roombeek

Op basis van de gebiedsidentiteit wordt een gebiedsproduct

voor de wijk Roombeek gemaakt en uitgevoerd. Een gebiedsproduct is een activiteit of project dat op relatief korte termijn door de gezamenlijke partijen kan worden uitgevoerd en dat van strategische betekenis is voor de gevonden gebiedsidentiteit. Het is wenselijk om bij het maken van een gebiedsproduct aan te sluiten bij bestaande initiatieven in het gebied. Reden om het maken van een gebiedsproduct op te nemen in het voorstel, is dat het vertalen van wat bedacht is naar wat er kan worden gemaakt, essentieel is voor een duurzame merkidentiteit.

Fasering aanpak

Het onderzoeken van de gebiedsidentiteit bestaat uit de volgende fasen:

1. Vooronderzoek

Een belangrijk deel van de werkzaamheden tijdens het vooronderzoek is verricht door Sander van der Wal, stagiaire bij het stadsdeelmanagement. Het gaat om de volgende werkzaamheden:

- Focusgroepgesprek met bewoners en instellingen;
- Het houden van straatinterviews;
- Ophalen verhalen uit de buurt;
- Observaties in de wijk;
- Houden van een enquête.



2. Brandingsessie: merkidentiteit

Met bewoners, instellingen en bedrijven uit de wijk is een brandingsessie gehouden. Tijdens de brandingsessie is er met elkaar gezocht naar de merkidentiteit van de wijk Roombeek. De merkidentiteit bestaat uit de beschrijving en verbeelding van de 5 kernkwaliteiten, de 5 kernwaarden en de toekomstbelofte van de wijk.

3. Visie en programmasessie

De volgende stap is het houden van een sessie waarop het strategisch programma wordt geformuleerd. Tijdens de sessie worden de strategische projecten benoemd. Zij worden getoetst aan de merkidentiteit en de visie, en getoetst op draagvlak bij de partners.

De opzet van de visie en programmasessie is vergelijkbaar met de identiteitsessie. In deze sessie worden de resultaten van de brandingsessie besproken en vastgesteld (merkidentiteit, visie en strategie), het strategisch programma opgesteld, en een keuze gemaakt voor een te ontwikkelen gebiedsproduct.

4. Eindrapportage

Er wordt een rapportage opgesteld waarin de resultaten van de verschillende onderdelen worden geïntegreerd:

- Huidige en toekomstige merkidentiteit;
- Toekomstvisie;
- Strategie;
- Strategische projecten in een gebiedsprogramma;
- Keuze van een te maken gebiedsproduct.

ishandel

vishandel
DE BAARDJANIS

JUMBO

JUMBO

JUMBO

JUMBO

Lekkerbokje
Per stuk €1,50
4 voor €5,-

Hollandse Nieuwe
p.s.t. €2,00
4 voor €7,-

Nieuwe Groene
p.s.t. €2,50
4 voor €9,-

WELKOM

HERINNERING

3x €5
1 miljoen
Probeer nu!

Deze week
kans op €5.000,-
vakantiegeld

3x €5
1 miljoen

Transformatie Roombeek

Gebrek aan voorzieningen

Hoe vreemd het ook klinkt, de wijk Roombeek bestond voor de vuurwerkcramp officieel niet. Er was geen wijkraad en er was ook geen centrale ontmoetingsplaats voor de bewoners. Voor sociale activiteiten waren de bewoners aangewezen op het ver buiten de wijk gelegen buurthuis 'Het Kompas'. De wijk kende ook geen centraal winkelcentrum. De winkels die in de wijk aanwezig waren lagen verspreid aan de Deurningerstraat en de Roomweg, de Voortsweg, Walhofstraat en omliggende wijken. Ook kende de wijk geen eigen basisschool. Veel kinderen gingen daarom naar de buiten de wijk gelegen openbare basisschool De NoordLinde. De kerken waar de bewoners naartoe gingen waren de rooms-katholieke Mariakerk aan de Deurningerstraat, de Noorderkerk (gereformeerd vrijgemaakt) en de Nederlands Gereformeerde Kerk beide aan de Lasondersingel.

Plekken waar mensen elkaar konden treffen en nog sociaal contact hadden met elkaar waren bij afhaalchinees Tung-Ho op de hoek van de Tollensstraat, snackbar De Roombeek aan de Roomweg en bij de grote supermarkt van Nieuwe Weme aan de Deurningerstraat.

Ontstaan textiel industrie

De geschiedenis van de wijk gaat terug tot de 18de eeuw. In de 18de eeuw is het gebied geschikt gemaakt voor agrarisch gebruik. De Roombeek heeft naar alle waarschijnlijkheid in deze periode haar oorspronkelijke loop al verloren. In deze periode

begonnen boeren ook al met de productie van textiel om hun inkomen aan te vullen. Door het gebruik van kunstmest en het ontstaan van betere bevoeiingstechnieken kwam er in de 19de eeuw vaart in de ontginning van het gebied. Dit leverde veel rechte percelen op langs rechte wegen. In Enschede-Noord is deze 19de eeuwse structuur nog duidelijk zichtbaar in het stratenpatroon.

Textiel wijk Roombeek

In de tweede helft van de 19de eeuw nam de toepassing van de stoommachine toe. Dit zorgde voor een afname van de handmatige productie aan huis. De productie werd steeds meer verplaatst naar fabriekshallen. Roombeek verstedelijkte steeds meer. Deze verstedelijking liep hand in hand met de opkomst van de textielindustrie. Ook zorgde de verstedelijking ervoor dat de stad Enschede tot buiten haar stadsgrenzen groeide. Een belangrijk moment in de geschiedenis van Roombeek was de opening van de spoorlijn tussen Enschede en Oldenzaal in 1890. Deze spoorlijn maakte Roombeek tot een interessante vestigingsplaats voor textielfabrieken. Door de spoorlijn ontstond er eind 19de begin 20ste eeuw een groot fabriekscomplex in Roombeek. Een paar bekende voorbeelden zijn:

- Katoenspinnerij Bamshoeve
- Katoenafvalhandelsfirma Rozendaal
- Firma N.J. Menko
- Spinnerij Roombeek
- Twentsche Textielmaatschappij (Tetem)



Naast deze grote textielfabrieken vestigde ook de bekende bierbrouwerij Grolsch zich in de wijk.

Als direct gevolg op deze industrialisatie nam de vraag naar woningen toe. Dit leidde tot het ontstaan van de eerste geplande arbeidersbuurten, zoals het Roomveldje en Kroedhöfte. Verdichting langs doorgaande wegen als de Deurningerstraat en Voortsweg leverde begin 20ste eeuw een grote variëteit op van vrijstaande en dubbele woonhuizen. Deze waren vaak gescheiden door een smal pad naar het achtererf. In de periode na de Tweede Wereldoorlog is een groot deel van de nog open ruimte, tussen de oude bebouwingslinten langs de toevoerwegen als de Oldenzaalsestraat en de Deurningerstraat, verder opgevuld. Zo ontstonden de wijken Mekkelholt (1962) en Deppenbroek (1966). Ondanks de verstedelijking bleven er twee groene lobben bestaan die Enschede-Noord omarmde.

Teloorgang textielindustrie

Het volgende belangrijke moment in de geschiedenis van de stad Enschede en de wijk Roombeek kwam in de jaren '60. De textielindustrie stortte ineen. Enschede wou met dit industriële verleden radicaal afrekenen. Binnen tien jaar moesten de meeste fabrieken verdwenen zijn en moest er een nieuwe invulling voor terug gekomen zijn. De stad wou niet meer herinnerd worden aan de eens zo belangrijke textielindustrie. In Roombeek hebben echter veel van de industriële panden de sloopwoede uit de jaren '70 en '80 overleefd. Na de jaren '80 kwam er weer steeds meer waardering voor het cultureel erfgoed. Zo werd het cultureel erfgoed van Roombeek ook

zorgvuldig opgenomen in het plan 'Groot Roombeek'. Dit plan is door de ramp echter nooit uitgevoerd.

De vuurwerkramp en de wederopbouw

Het plan 'Groot Roombeek', wat bekend stond als een van de grootste binnenstedelijke VINEX-locaties, werd teniet gedaan door de vuurwerkramp op 13 mei 2000. Een groot deel van het rampgebied maakte deel uit van het plan 'Groot Roombeek'. Door de vuurwerkramp moest er een wederopbouwplan gemaakt worden voor een gebied van 62,6 hectare. De eerste dagen na de ramp was in de berichtgeving erg onduidelijk om welke wijk het ging. Er werd gesproken over 'Het Mekkelholt' in Enschede-Noord en er werden buurtnamen genoemd die de lading niet dekten. Deze onduidelijkheid in de media over welk gebied het nou daadwerkelijk ging heeft ervoor gezorgd dat de naam Roombeek tot stand kwam. '

Na de vuurwerkramp zijn nieuwe plannen voor Roombeek ontwikkeld. Een intensief participatietraject heeft daarbij een centrale rol ingenomen. In maart 2002 heeft dit geresulteerd in het vaststellen van de Stedenbouwkundige Structuurvisie Roombeek. Als vervolg op de Stedenbouwkundige Structuurvisie Roombeek is het Ontwikkelingsplan Roombeek (OPR) opgesteld, deze is in juni 2002 vastgesteld en heeft als leidraad gediend bij de ontwikkeling en wederopbouw van Roombeek.

Tijdens de wederopbouw van Roombeek waren er twee uitgangspunten die het ruimtelijk programma direct beïnvloedden. Enerzijds het scheppen van mogelijkheden voor terugkeer van direct getroffen en van de vuurwerkramp. Anderzijds het creëren van stadsmilieus aan de bovenkant van de markt, die van Enschede een aantrekkelijke vestigingsplaats maken voor (hoogwaardige) bedrijvigheid en voor bewoners die op zoek zijn naar een woning in een stedelijke setting in het hogere marktsegment.

Naast de twee hierboven beschreven uitgangspunten is er gekeken naar de historie van de wijk en is geprobeerd het industriële verleden te behouden en terug te brengen. Dit is gedaan door het restaureren van en nieuwe invulling geven aan oude textiel fabrieken. Concreet gaat het om het hoofdgebouw van textielfabriek Tetem, het gebouw met de watertoren van 't Menko, grote delen van het hallencomplex van Rozendaal, en het Balengebouw van de Bamshoeve, het voormalig hoofdkantoor van Menko en het hoofdgebouw van de vroegere garage Roeloffzen.

Op 1 januari 2014 is het rapport "Roombeek Voltooid!? Afrondingsplan voor een bijzondere wijk" uitgegeven. In dit document staat beschreven welke opgaven uit het ontwikkelplan zijn voltooid en welke opgaven nog reesteren.



De wijk als familie



"De wijk kent een koude en warme kant."

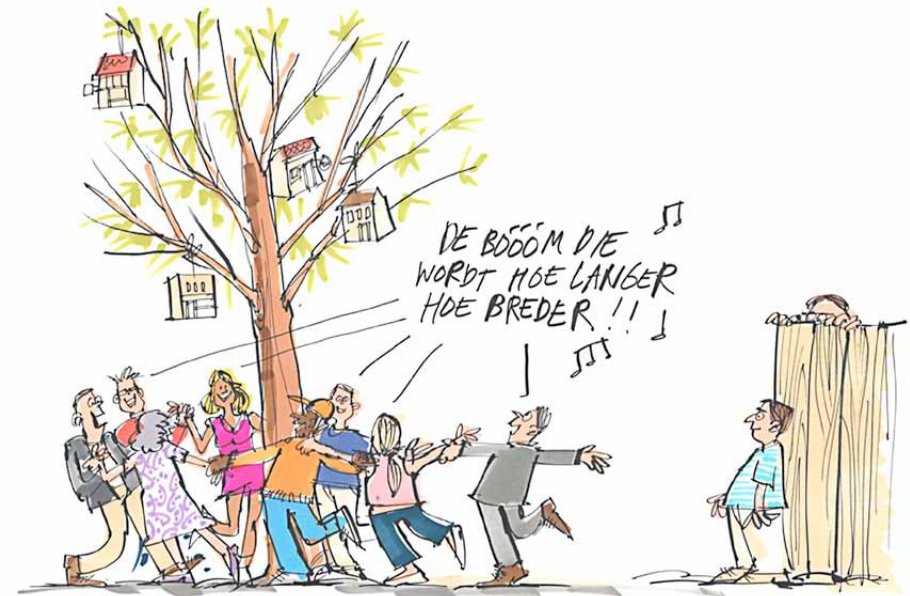


"Doorsnee familie, maar wel een gemêleerde familie. "

De wijk als familie



"Familie is zo groot dat ze elkaar niet allemaal kennen."



"Ondernemersfamilie."

Thema's uit vooronderzoek

Tijdens het vooronderzoek is er gezocht naar de thema's die belangrijk zijn voor de wijk Roombeek. Bij het focusgroepgesprek, wat deel uitmaakt van het vooronderzoek, is er aan de aanwezigen gevraagd welke thema's zij van belang vinden voor de wijk. De hier beschreven thema's zijn het resultaat van het uitgevoerde vooronderzoek.

Behoeftte aan verbinding

Zowel in het focusgroepgesprek als bij de brandingssessie komt sterk naar voren dat er behoefte is aan meer contact tussen de verschillende groepen bewoners en tussen de verschillende buurten. In de wijk is sprake van een grote diversiteit aan leefstijlen en een grote verscheidenheid aan buurten. Op dit moment hebben vooral de inwoners van dezelfde buurt contact met elkaar maar weten ze niet wie er in de andere buurten wonen.

Een centrale ontmoetingsplek

Aansluitend op het bovenstaande thema bestaat de wens om een centrale ontmoetingsplek in de wijk te maken. In principe vervult Prismare deze rol al.

De behoefte bestaat om deze centrale ontmoetingsplek te activeren en een nieuwe invulling te geven.

De laatste stap zetten

De wederopbouw van de wijk Roombeek is bijna afgerond en de bewoners zijn trots op hun wijk. Ondanks alle positieve berichten over de wijk moet er nog wel een belangrijke laatste stap gezet worden. De laatste stap gaat over het afmaken van de wijk. Er zijn nog een paar plekken in de wijk die afgemaakt moeten worden. Zoals het Balengebouw, het winkelcentrum en de diverse bouwkavels in de wijk.

Extern visitekaartje van Enschede

Hoe de wederopbouw in Roombeek is vormgegeven heeft in heel Nederland ogen doen openen. Nog steeds komen er professionals en geïnteresseerden naar Roombeek om te kijken naar deze bijzondere wijk. Doordat de (nieuwe) bewoners van de wijk veel vrijheid kregen, onder andere door het particulier opdrachtgeverschap, heeft de wijk een grote diversiteit aan woningen gekregen waar het inmiddels landelijk om bekend staat. De geschiedenis van de wijk in combinatie met de wederopbouw kan als extern visitekaartje goed gebruikt worden voor de stad Enschede.

Veilig en kindvriendelijk

Om de wijk levendig en aangenaam te houden om in te wonen en te werken is het van belang dat de veiligheid gewaarborgd blijft. Het gaat hierbij niet alleen om het tegengaan van criminaliteit, maar ook om verkeersveiligheid. Een wijk is alleen kindvriendelijk wanneer deze ook veilig is.

Gebruik van voorzieningen

Veel voorzieningen hebben een bovenwijkse functie. Geconstateerd wordt dat door bewoners en bedrijven uit de omgeving deze voorzieningen nog te weinig worden gebruikt. Daarbij gaat het onder andere over Prismare en het winkelcentrum.



Merkidentiteit Roombeek

De merkidentiteit van Roombeek is uitgangspunt voor de toekomstvisie en de activiteiten die in de wijk worden ondernomen. De merkidentiteit zorgt voor een gezamenlijke koers van bewoners en partijen die in de wijk actief zijn.

De merkidentiteit bestaat uit een drietal onderdelen namelijk:

- 5 kernkwaliteiten van de wijk
- 5 kernwaarden van de wijk
- Een toekomstbelofte

Kernkwaliteiten

De vijf kernkwaliteiten van de wijk Roombeek zijn

ONTMOETINGSPLEKKEN MET EEN EIGEN KARAKTER

RUIMTELIJKE STEDENBOUWKUNDIGE OPZET

COMBINATIE HISTORISCHE EN NIEUWE ARCHITECTUUR

WIJKOVERSTIJGENDE FUNCTIE VOORZIENINGEN

CREATIEVE EN CULTURELE BEDRIJVGHEID

Ontmoetingsplekken met een eigen karakter

Eén van de kernkwaliteiten van Roombeek is dat de verschillende plekken en buurten een eigen karakter hebben. Het plein bij de hogeschool Artez heeft een ander karakter, dan het Roombeekhofje. De buurt de Bamshoeve heeft een ander

karakter dan het Roomveldje. Deze diversiteit in milieus maakt de wijk Roombeek aantrekkelijk.

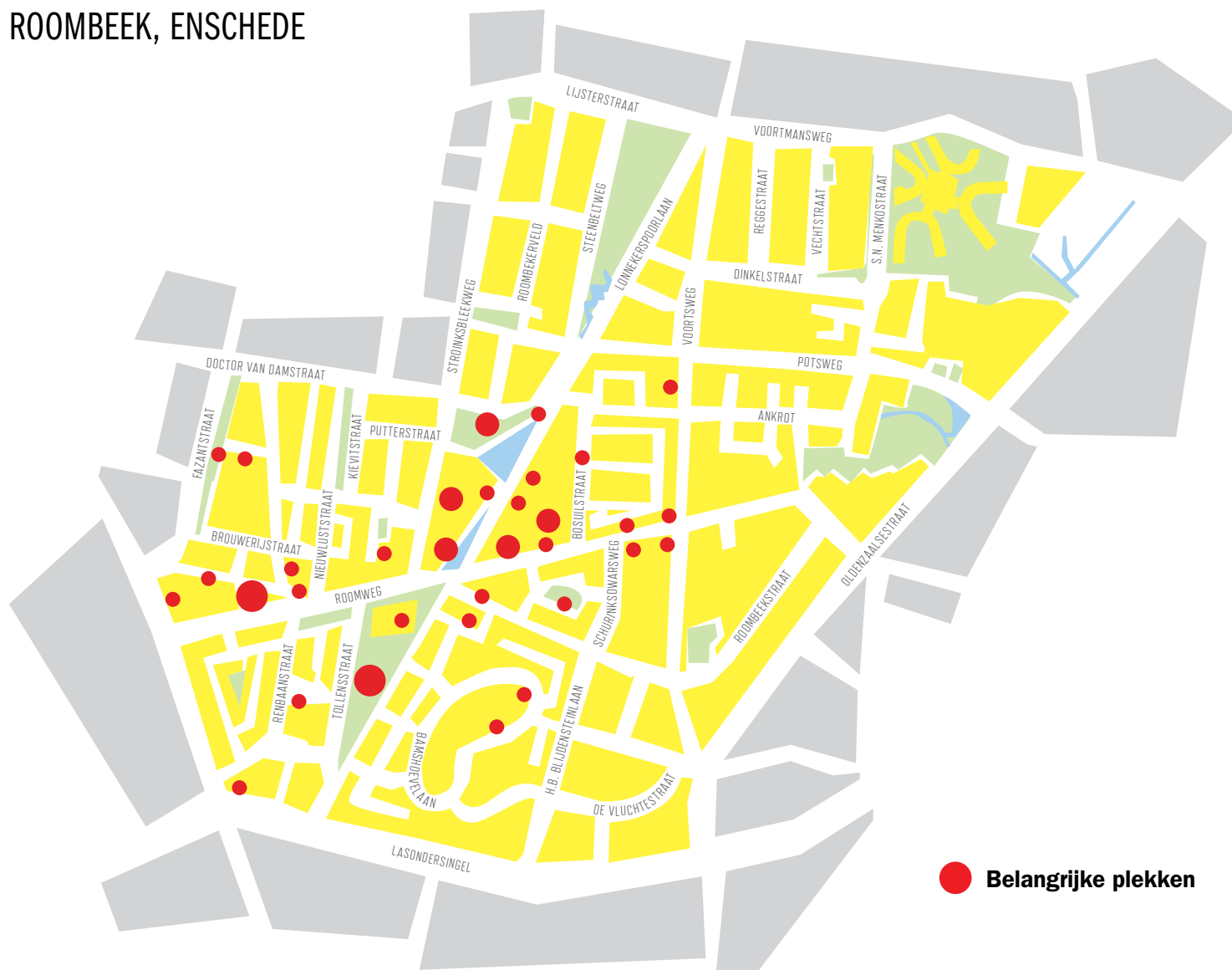
Ruimtelijke stedenbouwkundige opzet

De stedenbouwkundige opzet is van een hoge ruimtelijke kwaliteit. De positionering van de verschillende buurten in de ruimtelijke structuur van de wijk is mooi vormgegeven. De verschillende openbare ruimtes zijn ruimtelijk goed van opzet.

Combinatie van historische gebouwen en nieuwe architectuur.

De combinatie van historische gebouwen o.a. uit de periode van de textielindustrie met nieuwe moderne, maar ook traditionele architectuur, is bijzonder geslaagd. Het particulier opdrachtgeverschap en de bouw door woningcorporaties heeft bijgedragen aan deze mooie combinatie én aan de diversiteit in architectuurstijlen.

ROOMBEEK, ENSCHEDE



Wijkoverstijgende functie voorzieningen

In de wijk zijn er veel voorzieningen die een wijkoverstijgende functie hebben. Bewoners uit omliggende wijken en soms verder daar vandaan maken gebruik van verschillende voorzieningen in de wijk. Winkelcentrum Op de Brouwerij, Prismare het gezondheidscentrum en de basisscholen zijn wijkoverstijgende voorzieningen. Het Rijksmuseum Twente, Museum Twentse Welle, Tetum en Hogeschool Artez hebben daarnaast zelfs een regionale of landelijke functie (of uitstraling).

Creatieve en culturele bedrijvigheid

De wijk is bekend om haar creatieve en culturele bedrijvigheid. Naast culturele instellingen is er een grote verscheidenheid aan creatieve bedrijven in de wijk aanwezig. De aanwezigheid van deze bedrijven geeft de wijk een modern en sprankelend karakter. Het gaat onder andere over communicatie, design en ontwerpbureaus.

Kernwaarden

De vijf kernwaarden van de wijk Roombeek zijn:

UITNODIGEND

ONDERNEMEND

ONGEDWONGEN

INSPIREREND

TROTS

Uitnodigend

De wijk is uitnodigend naar anderen van buiten de wijk. Anderen zijn welkom in de wijk, zowel om er te komen wonen, alsook om gebruik te maken van de verschillende voorzieningen in de wijk.

Ondernemend

De wijk is ondernemend, ook in de betekenis van actief, energiek en durf. In de wederopbouw van de wijk heeft het ondernemerschap, naast de publieke inzet, bijgedragen aan het succes van de wijk. Ondernemerszin is dan ook een belangrijke kernwaarde van de wijk.

Ongedwongen

De sfeer in de wijk is ongedwongen. Bewoners gaan redelijk ontspannen en ongedwongen met elkaar om, ook indien er sprake is van een verschil in leefstijl.

Inspirerend

De wijk inspireert mensen en bedrijven in de wijk, maar ook van buiten de wijk. Het inspirerend karakter komt op verschillende manieren naar voren: bij het leren op school, bij het ontwikkelen van creatieve producten, bij het bekijken en onderzoeken van de stedenbouwkundige structuur en de verschillende architectuurstijlen en in het culturele aanbod van de diverse instellingen.

Trots

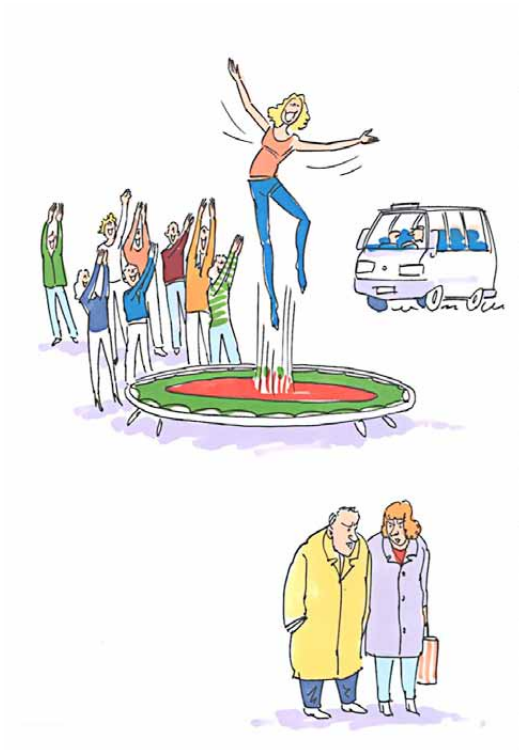
Bewoners en bedrijven zijn trots op de wijk. Ze zijn trots op het resultaat van de wederopbouw en op wat de wijk nu is.

Toekomstbelofte: "Roombeek, bron van inspiratie"

"Roombeek bron van inspiratie" is de toekomstbelofte van Roombeek. Roombeek is en wil op verschillende manieren inspiratiebron zijn voor zichzelf en anderen. Roombeek nodigt iedereen uit om in de wijk inspiratie op te doen al naar gelang de behoefte (leren, architectuur, creatieve bedrijvigheid, geschiedenis etc.). De toekomstbelofte is een belofte die de bewoners en bedrijven aan zichzelf doen, maar ook aan mensen en bedrijven van buiten.



Het imago van de wijk Roombeek

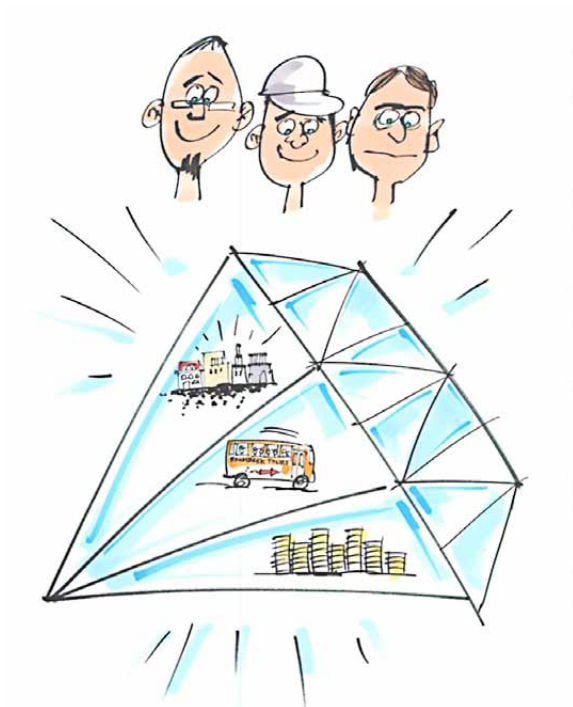


"Roombeek zelf: Hip en trots. Enschede: Afgunst, Roombeek status apart."



"Gebouwen, stedenbouw, geschiedenis en prijzen."

Het imago van de wijk Roombeek



"Een bezienswaardigheid die veel geld heeft gekost."



"Buiten Enschede: pracht en praal! In Enschede: Alles ging ook naar Roombeek."

Visie, strategie en programma

In dit hoofdstuk worden de toekomstvisie, de strategie en het strategisch programma van de wijk beschreven. In de toekomstvisie wordt het na te streven beeld voor de komende 10 jaar geformuleerd. In de strategie wordt beschreven hoe deze visie en het beeld kunnen worden gerealiseerd. Tenslotte worden in het programma die activiteiten en projecten geformuleerd die een directe bijdrage leveren aan de realisatie van de toekomstvisie en de toekomstbelofte. Dit houdt niet in dat er geen ruimte is voor andere activiteiten in de wijk. Hier gaat het vooral om activiteiten en projecten die zorgen voor een versterking van de merkidentiteit.

Toekomstvisie

De toekomstbelofte "Roombeek, bron van inspiratie" is de kern van de toekomstvisie van Roombeek. In de komende jaren wil de wijk inspiratiebron zijn voor haar eigen bewoners en bedrijven en inspiratiebron voor anderen van buiten de wijk. De wijk is nu en straks inspiratiebron voor leren, creatief en cultureel ondernemerschap, stedenbouw en architectuur. Kinderen van buiten de wijk komen hier naar de basisschool, studenten studeren aan de Hogeschool Artez, van de activiteiten van Prismare wordt ook door bewoners uit de omliggende wijken gebruik gemaakt. Het Rijksmuseum, Museum Twentse Welle en Tetem ontvangen bezoekers uit het hele land. Stedenbouw en architectuur van de wijk zijn inspiratiebron voor professionals uit het hele land en daarbuiten.

In de toekomst wil de wijk nog meer bezoekers kunnen ontvangen. Daarvoor zijn in ieder geval twee zaken belangrijk, namelijk een effectief uitnodigingsbeleid en het blijven voeden van de bron(nen) waaruit de inspiratie ontstaat. Dat is zeker van belang nu de wijk, na de wederopbouwfase geleidelijk in een nieuwe fase is beland. Nieuwe energie is nodig om de wijk als inspiratiebron te behouden en te vernieuwen. Vanuit verschillende invalshoeken moet de bron telkens weer worden gevoed: wonen, werken, leren, ontspannen etc.

De bron voeden met nieuwe initiatieven en het onderhouden van de huidige initiatieven

Om aan deze belofte te kunnen voldoen is het van belang dat de wijk wordt gevoed met nieuwe initiatieven. Wanneer de voeding wegvalt verdwijnt de energie en spirit ook langzaam uit de wijk. Naast dat er nieuwe initiatieven moeten worden ontwikkeld wordt er ook aandacht besteed aan de versterking en het behoud van de al aanwezige initiatieven.

Tegengaan van veroudering en verwaarlozing

Een proces wat zich ook langzaam maar zeker gaat voordoen in de wijk is veroudering. De opbouwfase is vrijwel voorbij en de beheer- en leef fase doet zijn intrede. Dat vraagt om goed onderhoud van de openbare ruimte, gebouwen en woningen.

Creatief afmaken van de wijk

Op sommige punten is de wijk nog niet af. Er is nog plek voor nieuwe woningen, het winkelcentrum moet verder worden ingevuld en het Balengebouw een nieuwe bestemming krijgen. Deze zaken kunnen ook als een kans worden gezien, namelijk als een mogelijkheid om een invulling te geven die ligt in de lijn van de toekomstbelofte.

Verbindingen maken

Op dit moment kent de wijk veel verschillende buurten, waarbij tussen de buurten over het algemeen weinig contact is. Er bestaat echter wel behoefte aan contact en verbinding. Hierbij gaat het onder meer over dagelijkse ontmoetingen en over contact op organisatorisch niveau. Gezien het karakter van de wijk lijkt het logischer te werken aan het opbouwen van een flexibel netwerk dan aan het maken van een gestructureerd overlegorgaan.

Wijkoverstijgende voorzieningen beter benutten en promoten

Veel voorzieningen hebben niet alleen een functie voor de wijk maar ook voor mensen en instellingen van buiten de wijk. Het beter benutten van de bestaande voorzieningen is belangrijk om ze te kunnen behouden. Daarnaast, of in het verlengde daarvan, worden bewoners en instellingen vanuit andere wijken uitgenodigd om gebruik te maken van deze voorzieningen.

Presenteren en uitnodigen

Om de wijk en haar voorzieningen aantrekkelijk te maken voor anderen van buiten de wijk zal de wijk zich naar buiten toe presenteren en een effectief uitnodigingsbeleid voeren. In de

presentatie zullen de kwaliteiten van de wijk naar voren worden gebracht, maar ook zal worden ingespeeld op de behoeften van de potentiële bezoekers. Essentieel is daarbij dat de bezoekers het gevoel hebben dat zij actief deelnemen, dat zij tijdelijk tot de community van Roombeek behoren.

Strategie

Strategie gaat over hoe je de gewenste visie in de toekomst kunt realiseren. Daarbij kan in hoofdlijnen gekozen worden uit een offensieve, een aanpassende en een defensieve strategie. Een defensieve strategie richt zich op het behoud van de kwaliteiten van de wijk. Een aanpassende strategie kijkt naar de kansen en ontwikkelingen en probeert daar op in te spelen. Een offensieve strategie richt zich voorwaarts met alle beschikbare middelen en energie. Gelet op het karakter van de wijk ligt een offensieve strategie het meest voor de hand. Bij de inzet van middelen gaat het minder om geld en meer om energie en inzet van mensen. Kern van de strategie is het opsporen en inzetten van de creativiteit en het ondernemerschap van bewoners, instellingen en bedrijven. Het inzetten van het sociale kapitaal uit de wijk moet naast de inzet vanuit de overheid leiden tot de realisatie van de visie.

Het Gezelschap Roombeek

Creativiteit en ondernemerschap worden gebundeld in het op te richten Gezelschap Roombeek. Het Gezelschap is een flexibel netwerk dat initiatieven neemt, ondersteunt, samenbrengt, etc. Het Gezelschap presenteert de wijk naar buiten en nodigt anderen van buiten de wijk uit.

Het strategisch gebiedsprogramma

Het strategisch programma bestaat uit:

- Programmadoelstelling
- Strategische maatregelen
- Programma

Doelstelling programma

De doelstelling van het programma is:

"Het versterken van de wijk Roombeek als bron van inspiratie"

Strategische maatregelen

De strategische maatregelen zijn:

- A. Wijk voeden met nieuwe initiatieven en het onderhouden van de huidige initiatieven
- B. Het tegengaan van veroudering en verwaarlozing in de wijk
- C. Het creatief afmaken van de wijk
- D. Het maken van meer verbindingen in de wijk
- E. Wijkoverstijgende voorzieningen beter benutten en promoten
- F. Het presenteren van de wijk en het uitnodigen van anderen

Het gebiedsprogramma

A. Wijk voeden met nieuwe initiatieven en het onderhouden van de huidige initiatieven

Deze maatregel richt zich op het ontwikkelen van nieuwe initiatieven en het behouden van bestaande goede initiatieven. De maatregel omvat de volgende activiteiten en projecten:

- Het opzetten van een centrale ideeënpot. Er leven op dit moment genoeg goede en creatieve ideeën in de wijk. Alleen niet iedereen kan zijn of haar idee alleen uitvoeren.

Hiervoor zou de centrale ideeënpot een uitkomst kunnen bieden.

- Opzetten van een website met daarop alle initiatieven of de website www.roombeek.nl nieuw leven inblazen (door en voor de wijk). Om nieuwe maar ook al bestaande initiatieven in kaart te brengen zou het opzetten van een site met daarop alle initiatieven uit de wijk een uitkomst kunnen bieden. Wanneer er een dergelijke site in de wijk is, is het niet alleen voor en met de bewoners, maar ook voor mensen van buitenaf duidelijk wat er allemaal te doen is in de wijk.
- Maken van een buurtmagazine. Een van de mogelijke nieuwe initiatieven is het opzetten van het Roombeek Magazine, al dan niet in combinatie met bovengenoemde website. Door één keer in het kwartaal een magazine uit te geven met daarin informatie over zaken zoals initiatieven die spelen in de wijk is iedereen op de hoogte van wat er speelt.



- Beter gebruik maken van de podiumvijver in de Stroinks-bleek. In het stedenbouwkundige ontwerp van Roombeek is een podiumvijver opgenomen die ruimte biedt voor diverse activiteiten. Deze podiumvijver wordt op dit moment alleen minimaal gebruikt. De podiumvijver is er nog steeds, dus kansen genoeg om hier nieuwe initiatieven te ontwikkelen.

B. Het tegengaan van veroudering en verwaarlozing in de wijk

Deze maatregel houdt in dat er nieuwe manieren worden gezocht om de veroudering en verwaarlozing van de wijk tegen te gaan.

De volgende activiteiten horen hierbij:

- Het maken van een adoptieplan openbare ruimte; Het gezamenlijk onderhouden van de openbare ruimte door gemeente, bewoners en instellingen is gewenst. Er is steeds minder geld bij de gemeente dus wordt er steeds meer verwacht van de burger. Om ervoor te zorgen dat Roombeek niet verwaarloost, zullen bewoners en instellingen ook een bijdrage moeten leveren.
- Het tegengaan van veroudering en verwaarlozing koppelen aan nieuwe innovatieve initiatieven en methoden; Het tegen gaan van veroudering en verwaarlozing kan ook worden gedaan door nieuwe methoden en instrumenten in te zetten in de wijk. De wijk Roombeek zou daar proeftuin in kunnen zijn.

C. Het afmaken van de wijk

Deze maatregel omvat activiteiten die zijn gericht op het afmaken van de wijk. Het betreft de volgende activiteiten:

- Leegstand winkelcentrum tegengaan; Op dit moment is er nog teveel leegstand in het winkelcentrum. Deze leegstand zorgt voor een onaangenaam beeld dat de wijk niet ten goede komt.
- Bestemming Balengebouw; De renovatie van het Balengebouw heeft tot een zeer mooi resultaat geleid. Echter, na het mislukken van het Cremer museum, staat het gebouw nog leeg. Door zijn centrale plek en uitstraling is dit een doorn in het oog. Tegelijkertijd is het een kans om het gebouw een invulling te geven die past bij de toekomstbelofte van de wijk.
- Realiseren woningbouw; Op verschillende locaties is nog ruimte voor het realiseren van nieuwe woningen.

D. Het maken van meer verbindingen in de wijk

Deze maatregel houdt in dat er meer verbindingen tussen de bewoners uit de buurten komen. Op dit moment kent de wijk veel verschillende buurten die weinig tot geen contact hebben met elkaar. De volgende maatregelen kunnen helpen om dit in de toekomst beter te laten worden:

- Samen organiseren van activiteiten; Wanneer er verschillende activiteiten van verschillende buurten aan elkaar worden gekoppeld komen er mensen van verschillende buurten met elkaar in contact. Een goed voorbeeld van een activiteit die leidt tot meer binding is de buurtmaaltijd die wekelijks door het Huis van Verhalen wordt georganiseerd.
- Opzetten van een wijkagenda; Als vervolg op het hierboven

staande punt kan er een wijkagenda worden gemaakt. In deze agenda kunnen de verschillende activiteiten van de verschillende buurten worden gezet. Op deze manier kan gekeken worden welke activiteiten op elkaar afgestemd kunnen worden.

- Centrale ontmoetingsplek in de wijk; Een plek in de wijk waar mensen vanuit alle buurten naar toe kunnen gaan om elkaar te ontmoeten of om gewoon te ontspannen. Hierbij kan gedacht worden aan een café.
- Het opzetten van het Gezelschap van Roombeek dat initiatieven initieert, ondersteunt, samenbrengt en uitvoert.

E. Wijkoverstijgende voorzieningen beter benutten en naar buiten toe promoten

Tot deze maatregel behoren de volgende activiteiten en projecten:

- Wijkoverstijgende voorzieningen meer benutten. Er komen op dit moment al wel bezoekers van de omliggende wijken naar Roombeek toe maar hun aantal is nog onvoldoende.
- Wijkoverstijgende voorzieningen promoten buiten de wijk.
- Gezamenlijke culturele instellingen zetten in op regionale/landelijke promotie d.m.v. Cultuurpark Roombeek.
- LEO-scherf WV Op de Brouwerij Deurningerstraat - Roomweg, waarop informatie en activiteiten over de wijk staan.

F. Presenteren van de wijk en het uitnodigen van mensen buiten de wijk

Deze maatregel is gericht op het presenteren van de wijk en het uitnodigen van mensen buiten de wijk. Bij deze maatregel behoren de volgende activiteiten en projecten:

- Het formuleren van een effectief uitnodigingsbeleid gericht op de behoeften van de verschillende doelgroepen.
- Het maken van presentaties gericht op de promotie van de wijk.
- Het maken van een beeldmerk van de wijk. Een prijsvraag uitschrijven namens Gezelschap Roombeek

Gebiedsprogramma uitwerken

De genoemde ideeën en maatregelen moeten de komende periode uitgewerkt worden tot uitvoerbare projecten. Daarbij moeten de volgende zaken worden benoemd:

- Het gewenste resultaat
- Verantwoordelijkheid en organisatie
- De kosten van het project
- Tijdsplanning
- Informatie en communicatie

Jaarlijks wordt het programma geëvalueerd en bijgesteld.

Het gebiedsproduct

De keuze is gemaakt om als gebiedsproduct een nieuw beeldmerk te ontwerpen. Met dit beeldmerk treedt het Gezelschap naar buiten. De toekomstbelofte van Roombeek is de basis van dit nieuwe beeldmerk. Door het Gezelschap wordt een prijsvraag voor lokale bedrijven uitgeschreven. Deze prijsvraag moet leiden tot een nieuw beeldmerk.

De wijk Roombeek als archipel van eilanden



jr 1 v. 4

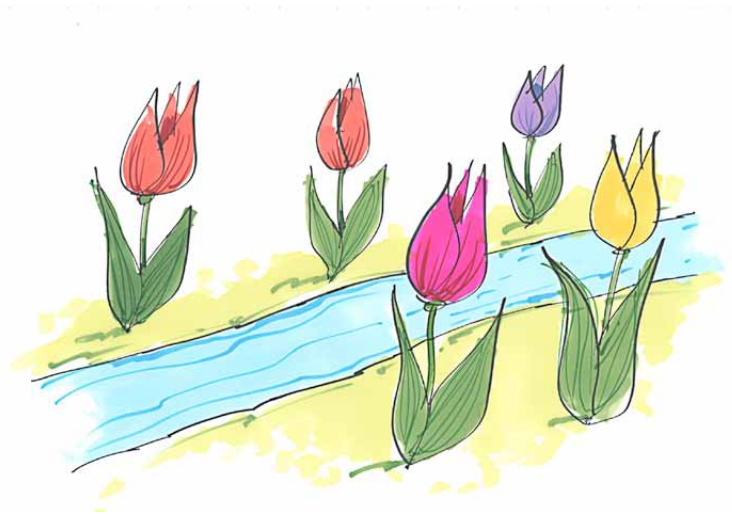
"Verschillende eilanden met verbindingen via boot en bruggen."



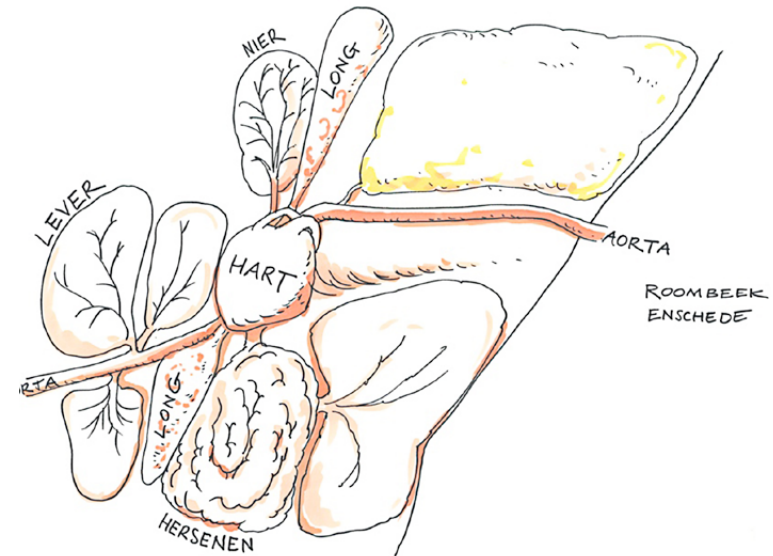
jr 2 v. 4

"Over 10 jaar: Meer verbinding tussen de eilanden. Soms door middel van bruggen, soms door de stop eruit te trekken."

De wijk Roombeek als archipel van eilanden



"Je kunt van een bloem genieten en daar alles vanaf weten of je geniet van het hele boeket. Elke tulp staat voor een buurtje."



"Veel diversiteit: Onbewoonde bedrijven eilandjes, groenlagen, dichtbevolkte eilandjes, villa-eilandjes, museumeilandjes, oude en nieuwe eilandjes en gemixt oude/nieuwe eilandjes."

Deelnemers aan de sessies

Hadassa Meijer

Gerda Zeijlstra

Marijn Dikken

Hans Krijnsen

Indra Simons

Erik van der Velde

Mieke Janssen

Henry Workel

Michiel Wolvenne

Karolien de Wit

Roland Rens

Eric van der Wal

Lyanca ten Donkelaar

Sandra van der Steen

Wilja jurg

Albert Haarman

Lianne/Pepijn Hahnen

Bart Zwerink

Donato de Vivo

Fransiska Heeringa

Linda Tukkers

Fred Leonards

Wilmien Haverkamp

Chantal Euverman

Sander van der Wal

Rian Olthof

Hans Kars

Zehra Ceben

Herman Oostindie

Evert van den Beld

Jolandi Leferink

Jos Pinna

Ruben Badal

Kasper van Zuilekom

Luuk Severt

Paul Scholten

Paul Roks



Colofon

Opdrachtgever: Gemeente Enschede

Productie: Kars Advies en Sander van der Wal

Procesbegeleiding: Hans Kars en Sander van der Wal

Grafische vormgeving: Studio Geert Gratama

Tekenaars: Geert Gratama en Luuk Poorthuis

Fotografie: Gemeente Enschede

De Bilt, juni 2014



Kars Advies

Holle Bilt 6B

3732 HM De Bilt

Tel: 06-420 13 620 / 06-53 211 238

e-mail: martinjansen@karsadvies.nl,

hanskars@karsadvies.nl

www.karsadvies.nl



