



Groenoord

'Thuisbasis voor verschillende stijlen'



Groenoord

'Thuisbasis voor verschillende stijlen'

Inhoudsopgave

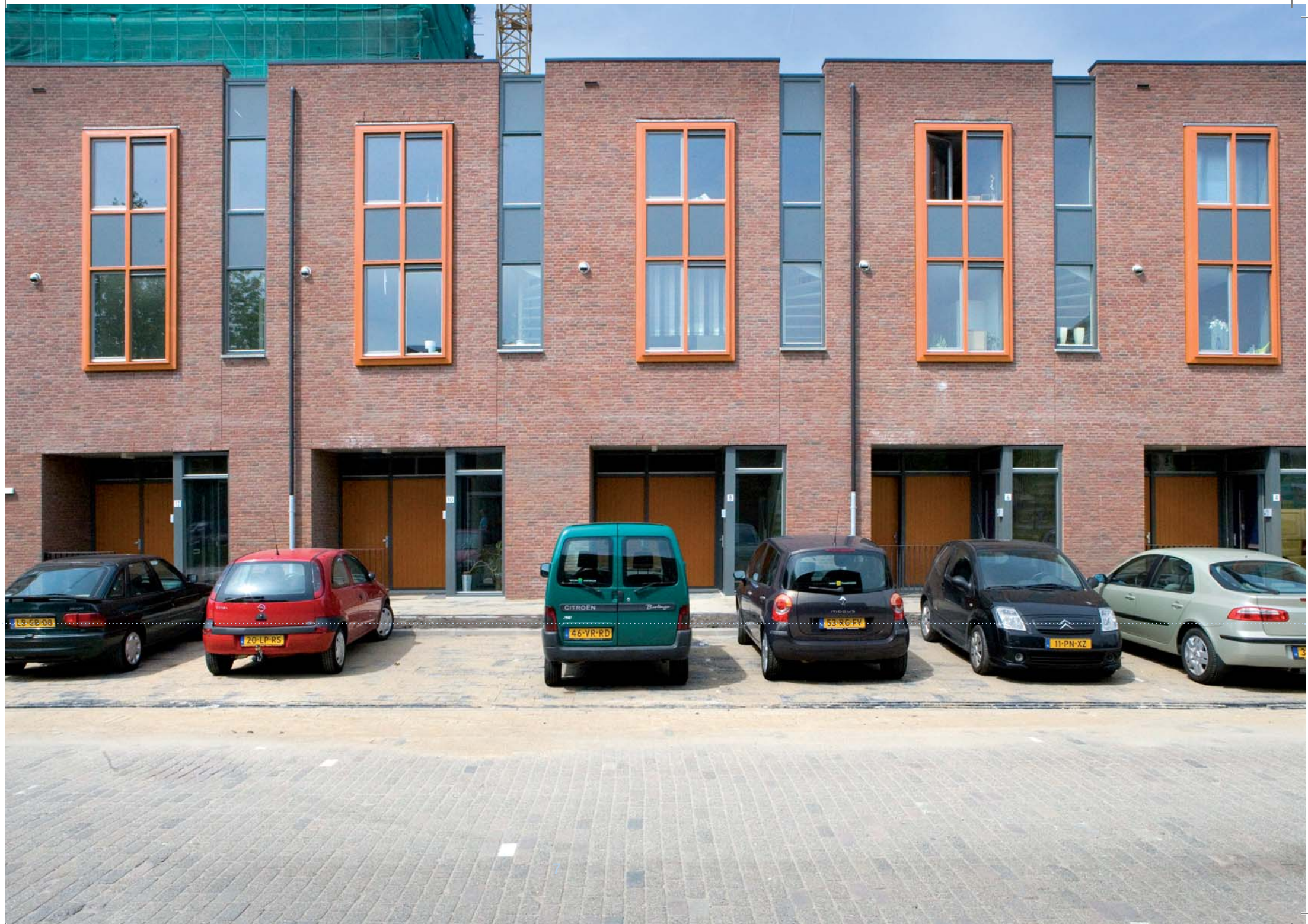
Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1. Inleiding	6
Hoofdstuk 2. De wijk Groenoord: groen en ruimte	8
Hoofdstuk 3. Vraagstelling en aanpak	10
Hoofdstuk 4. Kernkwaliteiten van Groenoord	12
Hoofdstuk 5. Merk en kernwaarden Groenoord	18
Hoofdstuk 6. Referentiekader voor de toekomst	38
Hoofdstuk 7. Positionering en marketing	44
Hoofdstuk 8. Wijkprogramma	50
Hoofdstuk 9. De ondernemende groep	72
Bijlage 1. Deelnemers aan de sessies	76
Bijlage 2. Literatuurlijst	77



Inleiding

De gemeente Schiedam heeft, in samenspraak met de woningcorporatie Woonplus, aan Kars Advies gevraagd om een brand te maken voor de wijk Groenord in Schiedam. In deze rapportage worden de resultaten van het branding-proces beschreven.



Groenoord: groen en ruimte

Groenoord is een relatief nieuwe wijk. Het is in de jaren zestig gebouwd als antwoord op de sterke woningnood van die jaren.

Het is de eerste grootschalige wijk die werd gebouwd in het weidegebied ten noorden van de A20.

Groenoord heeft een heldere stedenbouwkundige structuur en is ruim opgezet. De straten zijn ingericht op autogebruik. Vanuit het oogpunt van woningnood is gekozen voor hoogbouw en nauwelijks voor eengezinswoningen. Als gevolg daarvan is het woningaanbod tegenwoordig eenzijdig en sluit het kwalitatief niet meer aan bij de huidige wooneisen. De wijk beschikt over een grote hoeveelheid groen in de openbare ruimte. Daarnaast zijn er relatief veel pleinen in de wijk. De openbare ruimte is duidelijk een van de kernkwaliteiten van het gebied.

In Groenoord wonen overwegend 55-plussers, gezinnen met kinderen en alleenstaanden. Deze drie groepen zijn ongeveer van gelijke grootte. De bevolking is gemengd en bestaat uit zowel autochtonen als allochtonen. Tussen de verschillende bewonersgroepen is weinig contact. Bewonersnetwerken bestaan onder andere in de noordelijke Z-flats en rond het Cornelia van Zantenplein. De bewonersnetwerken zijn vaak eenzijdig samengesteld: jongeren en allochtonen nemen daaraan nog te weinig deel.



Vraagstelling en aanpak

De vraagstelling van de gemeente Schiedam en woning-corporatie Woonplus aan Kars Advies luidt:

- Wat is de huidige en gewenste identiteit van Groenoord in termen van gewenst merk en kernwaarden van de wijk?
- Hoe positioneert Groenoord zich met het gewenste merk t.o.v. de omgeving (stad en andere wijken)?
- Hoe onderscheidt de identiteit van Groenoord zich naar de verschillende buurten in de wijk?
- Wat zijn de gewenste doelgroepen?
- Wat zijn de uitgangspunten voor de te maken wijkvisie?
- Wat is de inhoud van het sociale, sociaal-economische en fysieke wijkprogramma?
- Wie wordt de ondernemende groep die het programma inclusief de communicatie gaat uitwerken en uitvoeren?

Aanpak

De kern van de aanpak bestaat uit het met alle relevante betrokkenen definiëren van de hoofdlijnen van het merk en de kernwaarden van Groenord en het daarbij behorende programma.

De aanpak is als volgt gefaseerd:

- Voorbereidingstraject (juni)
- Brandingsessie (juni)
- Programmasessie (juli)
- Rapportage (oktober)
- Workshop Visie (november)
- Maken brandsheet (november)



Kernkwaliteiten van Groenoord

Kernkwaliteiten gaan over de hardware van de wijk Groenoord. De kernkwaliteiten zijn.

Gunstige ligging	Groen	Ruimte	Voorzieningen	Bereikbaarheid
------------------	-------	--------	---------------	----------------

Ligging

De wijk ligt centraal. Het ligt gunstig ten opzichte van recreatiemogelijkheden, winkels en werk. De aanwezige uitvalswegen en het openbaar vervoer buiten deze gunstige ligging uit.

Groen

Groen is een belangrijke kernkwaliteit van de wijk. Er is een goede verhouding tussen groen en verharding. Het ruim aanwezige groen wordt zeer gewaardeerd.

Ruimte

Er is voldoende ruimte in de wijk. Er zijn relatief veel pleinen in de wijk, die voor diverse activiteiten kunnen worden gebruikt. De wijk is niet dichtbebouwd. Bewoners wonen niet dicht op elkaar, maar genieten een bepaalde mate van privacy. Ondanks verschillen in woonoppervlakte worden de woningen in Groenoord als ruim opgezet ervaren.

Voorzieningen

In de wijk zijn veel voorzieningen. Dat maakt de wijk in hoge mate zelfvoorzienend. Er zijn winkels, een sporthal, sauna en zwembad. Maar ook parken en pleinen. Er is speelgelegenheid voor kinderen.

Bereikbaar

De wijk is goed bereikbaar, zowel met de auto als met het openbaar vervoer. Er zijn goede uitvalswegen en er is een goed netwerk van bussen en tram. In de wijk is ruime parkeergelegenheid aanwezig.



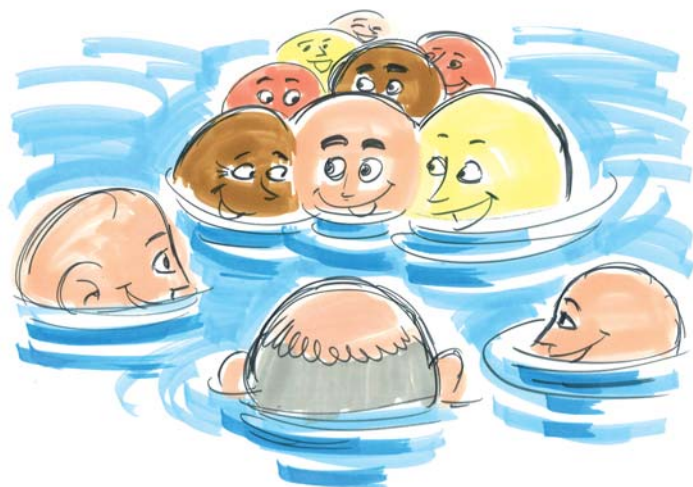
Noem een aantal positieve en negatieve kenmerken van Groenoord



'Groenoord is een vuilnisbak binnen Schiedam'



'Het groen verdwijnt door verharding, door het parkeren'



'Er is een grote sociale betrokkenheid, ondanks de diversiteit'



'Groenoord heeft veel te bieden'





‘Groen, rust en veiligheid. Dat heeft het te bieden ten opzichte van de stad’



Merk en kernwaarden Groennoord

Inleiding

Op 23 en 24 juni is de brandingsessie Groennoord gehouden. Deelnemers zijn bewoners, professionals van diverse instellingen en bestuurders van de gemeente en de woningcorporatie Woonplus.

Tijdens de sessie worden aan de gemixte groepen van bewoners en professionals een vijftal vragen gesteld. Hieronder zijn de gestelde vragen samengevat:

0. wat zijn positieve en negatieve kenmerken van Groennoord?
1. Wat zijn uw favoriete activiteiten?
2. Wie zijn uw favoriete buurtgenoten?
3. Stel Groennoord is een winkel wat voor type winkel is het dan?
4. Waarin onderscheidt Groennoord zich van andere wijken?

Daarnaast is er in de sessie een backbench bestaande uit professionals van gemeente en Woonplus. Aan hen worden samengevat de volgende vragen gesteld:

1. Wat zijn de huidige en de gewenste doelgroepen van de wijk en hoe verhouden deze zich tot elkaar?
2. Stel Groennoord is een winkel, hoe wordt deze winkel dan gemanaged en bestuurd?
3. Wat is het beeldmerk van Groennoord en welk statement hoort daarbij?



De antwoorden op de vragen worden verbeeld in tekeningen.

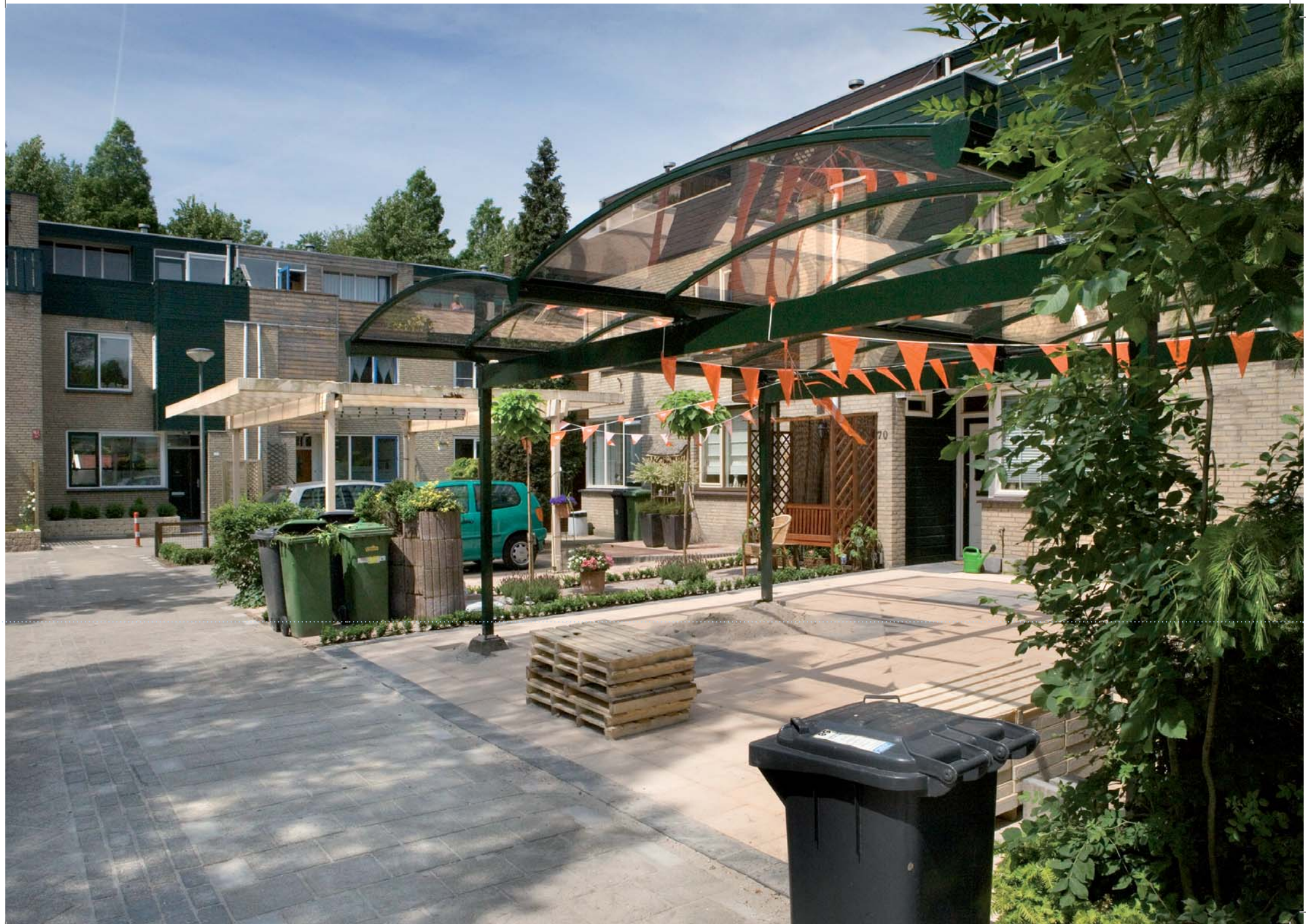
Het vooronderzoek en de resultaten van de branding-sessie hebben geleid tot het beschrijven van het traditionele merk, de daarop volgende transformaties en het huidige en gewenste merk van de wijk Groenord.

Inventarisatie van waarden

In de tabel staan de waarden die tijdens de twee sessies en de voorafgaande gesprekken naar boven zijn gekomen. Meestal zijn ze direct door de deelnemers genoemd. In een aantal gevallen zijn de genoemde waarden het resultaat van de analyse van het materiaal uit de sessies.

Inventarisatie waarden

Wel	Niet
Vrij	Bemoeizuchtig
Vriendelijk	Overheersend
Gezellig	Ingeïnteresseerd
Behulpzaam	Hoge eigendunk
Hulpvaardig	Klagers
Open	Schreeuwers
Kleurrijk	Roddelaars
Zelfvoorzienend	Asociaal
Overzichtelijk	Ontbreken wil
Dorps	Pretentieloos
Multicultureel	Benepen
Sportief	Kil
Toegankelijk	Gul
Zelfstandig	Risiconemend
Gewoon	Avontuurlijk
Nieuwsgierig	Benauwd
Ontspannen	Uitbundig
Openhartig	Ondernemend
Stijlvol	Geestelijk
Actief	Afhankelijk
Verantwoordelijk	Passief
Ambitieuus	



Traditioneel merk en kernwaarden Groennoord
Groennoord: een gezellig en rustig thuis voor het gezin
Het naoorlogse Groennoord is gebouwd op basis van de principes: licht, groen en ruimte. Als antwoord op het 'zwarte Nazareth' is de wijk Groennoord een bevrijding. De belangrijkste doelgroep is het gezin met kinderen. De wijk lijkt op een gemiddelde naoorlogse wijk. De stijl is die van V&D, met als kernwaarden: gezellig, veilig, tevreden en gemakkelijk.

Traditionele kernwaarden
De traditionele kernwaarden van Groennoord zijn niet alleen het resultaat van de brandingsessie, maar zijn mede afgeleid uit de wijkdocumentatie, de gevoerde gesprekken en algemene noties over de identiteit van naoorlogse wijken in Nederland.
De afgeleide traditionele kernwaarden van Groennoord zijn: rust, gezellig, homogeen, geregeld en verzorgd.

Rust
Rust is van oudsher een belangrijke kernwaarde van de wijk. Bewoners vinden rust in het naoorlogse Groennoord. Rust wordt vooral gevonden bij de eigen familie en in het eigen gezin. Thuis dus.

Gezellig
In de wijk is het relatief gezellig. De omgang tussen de bewoners gaat relatief gemakkelijk, er zijn geen grote sociale verschillen. Door instellingen én bewoners worden sociale activiteiten georganiseerd.

Homogeen
De samenstelling van de bevolking is relatief homogeen. Het zijn vooral bewoners uit de middengroepen en de 'goede arbeiders' die in de wijk komen wonen. Er bestaan geen grote verschillen. In hoofdlijnen bestaan er gemeenschappelijke waarden en normen. Gedrag en leefstijl stemmen meestal overeen.

Geregeld
Het leven kent over het algemeen een geregeld bestaan: werken, kinderen opvoeden, ontspannen. Het dagelijks leven verloopt over het algemeen langs vaste patronen.

Verzorgd
Zorgen voor anderen is belangrijk, maar ook de zorg vanuit de instellingen naar de bewoners. 'Verzorgd' heeft ook betrekking op het verzorgde karakter van de openbare ruimte. De inrichting van de ruimte is afgestemd op de vraag van gezinnen met jonge kinderen.





‘De dorpscultuur is heel typisch, mensen
kennen elkaar hier’

Geromantiseerd beeld en slijtage van het merk
Het traditionele beeld van de wijk is vaak een romantisch beeld. In werkelijkheid is er sprake van minder gemeenschapszin en was het er minder gezellig. Toch is dit het overwegende in zekere zin nostalgische beeld dat er over Groenord en veel andere naoorlogse wijken bestaat. Het is het beeld van het traditionele V&D. Wat zijn de transformaties die hebben bijgedragen tot een verandering van dit beeld en tot de slijtage van het merk Groenord?

Transformaties

Sociale transformatie

- Gemeenschappelijke verbanden verminderen, individualisering doet zijn intrede zowel in het gezin als in de wijk. Thuis is steeds minder een gesloten eenheid en meer een uitvalsbasis. De wijk is niet meer het sociale integratiekader. Bewoners doen steeds meer (sociale) activiteiten buiten de wijk.
- Door het wegvallen van gemeenschappelijke patronen ontstaat een diversiteit aan woon- en leefstijlen met verschillende waarden en normen. De komst van bewoners met een andere etnische afkomst versterkt dit proces. Van een homogene bevolkingssamenstelling is geen sprake meer. Verscheidenheid en diversiteit groeien.

- De verzorgingsstaat brokkelt af. Van de bewoners wordt een grotere eigen verantwoordelijkheid gevraagd.

Sociaal-economische transformatie

- De jaren zeventig en tachtig van de vorige eeuw is een periode waarin de grote ontslagen vallen in de industrie en de scheepsbouw. Ook Schiedam (en Groenord) ervaart de negatieve gevolgen. Werkzaamheden verleggen zich meer naar de dienstensector.

Fysieke transformatie

- Waren de woningen in Groenord in de eerste decennia een verademing voor de bewoners, geleidelijk voldoet een deel van deze woningvoorraad in woontechnische zin niet meer aan de vraag vanuit de markt.
- De diversiteit in de vraag groeit, de diversiteit in het aanbod blijft daarbij achter.
- De inrichting van de openbare ruimte veroudert en moet steeds meer voldoen aan een verscheidenheid van wensen en claims van diverse groepen.



Wat is uw favoriete activiteit in uw vrije tijd?



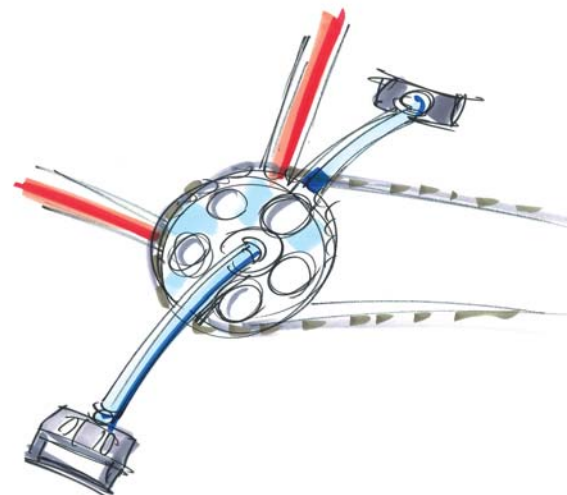
'Sinds ik met pensioen ben, ben ik drukker dan ooit. Cricket is dan een stukje ontspanning'



'Voetbal en muziek zijn voor mij belangrijk'



'Het Spiegelpaleis zou een nieuwe functie moeten krijgen. Er komt een verbinding met het water. Gebedsruimte, een restaurant, een terras met bootjes met zicht op het centrum'



'Als ik ontspannen wil stap ik op de fiets. Gewoon alles laten wegwaaien en gedachten laten gaan'

De uitdaging

De transformaties van de wijk hebben geleid tot een verandering van de traditionele waarden en tot een slijtage van het traditionele merk Groenoord. De veranderingen van het traditionele merk worden zichtbaar in de allergieën, valkuilen en uitdagingen van de traditionele waarden.

Ter toelichting

Elke waarde kent zijn eigen allergie, valkuil en uitdaging. Iemand die van avontuur houdt, zal allergisch zijn voor een saai leven (allergie), te veel avontuur kan leiden tot te veel spanning (valkuil), de uitdaging is dan meer ontspannen. Voor Groenoord is onderzocht wat allergieën, valkuilen en uitdagingen van de verschillende traditionele waarden zijn. Daarbij is gekeken naar de uitdagingen in relatie tot beschreven transformaties.

Veranderingen als gevolg van de transformaties betreffen vooral de uitdagingen. Allergieën en valkuilen, zoals hectiek en fragmentatie zijn in de wijk aanwezig maar niet in een heftige vorm. Het is ook logisch dat de verandering van een homogene naar een heterogene bevolkingssamenstelling zorgt voor meer levendigheid, spanning en verscheidenheid. Tegelijkertijd kan het ontstaan van verscheidenheid in combinatie met het loslaten van de regels leiden tot rommeligheid zowel in de betrekkingen tussen mensen als in de openbare ruimte. Een grotere eigen verantwoordelijkheid van bewoners en instellingen is nodig om een nieuwe invulling te geven aan de onderlinge verhoudingen. Belangrijk bij het interpreteren van de waarden is dat de diverse bewonersgroepen deze verschillend kunnen beleven. Wat voor oudere bewoners misschien hectisch is, is voor jongere bewoners misschien wel levendig. De geformuleerde

Kernwaarden	Rust	Gezellig	Homogeen	Geregeld	Verzorgd
Allergie	Hectiek	Conflict	Fragmentatie	Chaos	Onverzorgd
Valkuil	Saaiheid	Vlak	Eenheidsworst	Bureaucratie	Steriel
Uitdaging	Levendigheid	Spanning	Verscheidenheid	Eigen verantwoordelijkheid	Levendig

kernwaarden laat nadrukkelijk ruimte voor deze verschillen. De transformaties, de geformuleerde uitdagingen en de resultaten van de brandingsessie werken door in wat het nieuwe merk en de nieuwe kernwaarden van Groenord zijn.

Nieuw merk en kernwaarden Groenord
Groenord: 'Thuisbasis voor verschillende stijlen'
 Groenord is een thuisbasis voor verschillende stijlen van bewoners. Het gaat om verschillende stijlen in zijn en gedrag. De relatie tussen deze stijlen wordt gekenmerkt door Living Apart Together (LAT – relatie). Deze LAT-relatie is dynamisch. Steeds opnieuw wordt gekeken wat gemeenschappelijk en wat verschillend is. Deze dynamiek draagt bij aan de levendigheid in de wijk. Voor de bewoners is de wijk hun thuisbasis. Sommige mensen komen de wijk niet veel uit, terwijl voor anderen de wijk een basis is vanwaar je tijdelijk naar andere oorden vertrekt, bijvoorbeeld naar de camping. Stijl en sfeer van deze thuisbasis lijken op het nieuwe V&D, die niet alleen oog heeft voor de waarden en behoefte van de traditionele gezinnen, maar ook voor de behoeften en waarden van andere en modernere leefstijlen.





"HART
VOOR
RUIMTE"

‘Je moet elkaar de ruimte geven, om te groeien
in contact met anderen’



Kernwaarden Groennoord

Kernwaarden	Basis	Ruimtegevend	Actief	Verantwoordelijk	Stijlvol
-------------	-------	--------------	--------	------------------	----------

Basis

Voor de bewoners is de wijk en hun huis daarin 'basic'. Het is een plek waar geleefd wordt en van waaruit activiteiten naar buiten worden ondernomen. Het is een plek waar rust en geborgenheid is, zonder het contact met de buitenwereld te verliezen. Door de kernwaarde basis wordt een nieuwe invulling gegeven aan het begrip 'thuis in de wijk'.

Ruimte gevend

Homogeniteit bestaat niet meer, in de wijk wonen verschillende bevolkingsgroepen, elk met een eigen cultuur en een eigen stijl. Deze verschillen bestaan en krijgen een 'plek' in de wijk. Ruimte geven aan deze verschillende groepen is dan ook een belangrijke waarde van de wijk. De groepen geven elkaar de ruimte om hun eigen leven te kunnen leiden. Ze blijven echter wel met elkaar in contact. Ze zijn toegankelijk en benaderbaar. Ze gaan relatief gemakkelijk met elkaar om. Er bestaat een gezonde spanning tussen de verschillende groepen. Hun verhouding wordt gekenmerkt door Living Apart Together. Door de kernwaarde 'ruimtegevend' wordt het doorbreken van de homogeniteit en het ontstaan van verscheidenheid erkend en in een gezonde spanning hanteerbaar gemaakt.

Actief

In Groennoord bestaat behoefte aan gezelligheid en ontspanning. Gedeeltelijk is dit in de wijk aanwezig. 'Ontspannen' krijgt onder meer een invulling door actief bezig te zijn, individueel of in groepsverband. Het actief bezig zijn heeft de betekenis van speels, sportief en recreërend bezig zijn. Door de kernwaarde actief wordt mede invulling gegeven aan de uitdaging levendig.

Verantwoordelijk

Groennoord is een verantwoordelijke wijk. Bewoners en instellingen voelen zich verantwoordelijk voor een verzorgde openbare ruimte. Zij voelen zich ook verantwoordelijk voor het zorgen voor elkaar, indien nodig. Verantwoordelijk zijn voor elkaar en voor een schone en aantrekkelijk wijk is datgene wat de verschillende leefstijlen en instellingen met elkaar verbindt. Ook al krijgt die verantwoordelijkheid waarschijnlijk vooral gestalte in eigen kring, binnen het eigen domein. Door de kernwaarde 'verantwoordelijk' wordt mede invulling gegeven aan de uitdaging eigen verantwoordelijkheid te nemen door bewoners en instellingen.

Stijlvol

Stijlvol is een bijzondere kernwaarde van de wijk. Bewoners zijn gehecht aan stijl en vorm. Dat geldt voor verschillende leefstijlen in de wijk. Dat is mede wat hen met elkaar verbindt. Het nieuwe V&D geldt als voorbeeld waarbij niet alleen aandacht is voor het traditionele gezin, maar ook voor andere groepen en leefstijlen. Daarnaast zijn er andere stijlen. Zoals de stijl van de tweeverdieners gericht op snelheid en actie, de stijl van senioren gericht op beleefde omgangsvormen, de stijl van groep - en buurtgeoriënteerde bewoners gericht op sociaal contact. De betreffende stijl stijlvol uitdragen is dat wat hen verbindt.

Kernwaardentabel

De kernwaarden kennen de volgende subwaarden.

Niet alle kernwaarden zijn nu al volledig van toepassing op de wijk Groenord. Soms en gedeeltelijk gaat het om gewenste waarden. De kernwaarden drukken ook een streven voor de toekomst uit. Daarmee wordt uitdrukking gegeven aan de ambitie van de wijk om het nieuwe merk gestalte te geven.

Differentiatie van het merk binnen de wijk Groenord. Tussen de verschillende buurten in Groenord bestaan er verschillen in merkidentiteit. Onderscheid wordt gemaakt tussen Noord, Midden en Zuid Groenord. In Noord Groenord bestaan nog meer de traditionele waarden van de wijk. In Zuid Groenord wordt al meer invulling gegeven aan de nieuwe kernwaarden o.a. door de komst van nieuwe doelgroepen. Midden-Groenord kenmerkt zich door de transformatie van het traditionele naar het nieuwe merk.

Kernwaarden	Basis	Ruimtegevend	Actief	Verantwoordelijkheid	Stijlvol
Functie	Plek vanwaar uit je vertrekt	Voor ieder ruimte om te leven	Fysiek en geestelijk bezig zijn	Zorgen voor jezelf, bewoners en de wijk	Herkenbare identiteit
Emotie	Thuis voelen	Vrij voelen	Vitaal blijven voelen	Thuis voelen in de wijk	Gevoel tot een groep te behoren
Streven	Voor de verschillende leefstijlen in de wijk	Fysieke en psychische ruimte voor iedereen	Speelse, sportieve, en recreatieve wijk	Schone, veilige en smaakvolle wijk, verzorgde bewoners	Herkenbare stijlen in de wijk

Wat zijn voor u uw favoriete buurtgenoten?



'De buren de sleutel geven is een kwestie van vertrouwen'



'We zitten niet op mekaars schoot, maar praten wel met elkaar'



'Mensen die door de wijk fietsen en langslopen kunnen zien dat het goed gaat. Het is vaak gezellig, maar dat zien die mensen niet. Die beginnen al te klagen zonder dat ze weten wat de situatie is'



'Alle nationaliteiten willen we best om ons heen hebben, maar ook mensen met een handicap'

Referentiekader voor de toekomst

Inleiding

Het nieuwe merk Groenord is inspiratiebron en leidraad voor de toekomstige aanpak van de wijk. In de wijk is sprake van een geleidelijke transformatie van het traditionele merk naar het nieuwe merk. Deze transformatie vraagt om forse inspanningen. Het referentiekader, met als uitgangspunt het nieuwe merk, heeft als doel een kader te bieden voor de gebiedsvisie en het wijkprogramma. In dit hoofdstuk wordt het referentiekader voor de toekomst verder uitgewerkt.

Algemene uitgangspunten

Groenord is een thuisbasis voor verschillende leefstijlen. Het is de basis van waaruit de bewoners tijdelijk vertrekken en weer terugkeren. In de nabije toekomst is Groenord een wijk waar aan groepen met een verschillende leefstijl ruimte wordt gegeven om te leven zonder dat men elkaar uit het oog verliest (LAT-relatie). Verschillen mogen er zijn en kunnen zorgen voor een gezonde spanning en levendigheid. Het is een actieve wijk, bewoners houden zich actief bezig met sport, spel, recreatie etc. Het is een wijk waar verantwoordelijkheid wordt genomen, verantwoordelijkheid voor elkaar en voor de openbare ruimte. Er bestaat zorg en aandacht voor elkaar. De openbare ruimte is fraai en smaakvol ingericht. Groenord is een stijlvolle wijk.

Bewoners hechten aan stijl en vorm, ook al zijn daar grote verschillen in. Het belang dat aan stijl wordt gehecht komt tot uitdrukking in de manier waarop de bewoners met elkaar omgaan en in de vormgeving van de wijk.

Uitgangspunten doelgroepen

Tijdens de sessie zijn de huidige en de gewenste doelgroepen genoemd.

Huidige en nieuwe doelgroepen voor het sociale programma zijn:

- Ouderen
- Jonge gezinnen
- Alleenstaande moeders
- Jongeren

De nieuwe doelgroepen voor het woningbouwprogramma zijn:

- Gezinnen met jonge kinderen met een inkomen gelijk of meer dan modaal
- Huishoudens die wonen en werken in hetzelfde pand willen combineren
- Actieve senioren die comfortabeler willen wonen

Onderzocht moet worden welke huishoudens binnen deze doelgroepen passen bij het (nieuwe) merk van Groenord. Deze huishoudens zullen in de toekomst zelf mede invulling geven aan het nieuwe merk.



Inhoudelijke uitgangspunten

Sociaal: Living Apart Together

Groenord is de thuisbasis voor verschillende uiteenlopende leefstijlen. Elk van deze leefstijlen krijgt binnen de regels van het fatsoen de ruimte om te leven. Voor de sociale dimensie betekent dit dat door instellingen basisvoorzieningen en basisactiviteiten worden geboden die voor alle bewoners gelden én dat voorzieningen worden geboden die voorzien in een behoefte van specifieke groepen. Voor de bewoners betekent dit dat zij de bestaande verschillen respecteren en accepteren. Dit gaat niet vanzelf. Dit wordt ondersteund door activiteiten van bewoners en instellingen, gericht op ontmoeting én door de identiteit van de verschillende groepen op een positieve en herkenbare manier te profileren.

Het bevorderen van levendigheid en vitaliteit is eveneens een belangrijk uitgangspunt. Het actief ondersteunen van sport, spel en recreatieve activiteiten is daar het logische gevolg van. Het sluit goed aan bij de voorzieningen die in de wijk en in de directe omgeving al aanwezig zijn (zwembad, sportvelden, polders, sporthal etc).

Groenord is straks een wijk waar de bewoners (ook al is het alleen in eigen kring) voor elkaar zorgen. Deze zorg voor elkaar wordt ondersteund door het aanbod van de instellingen. Zorgen voor elkaar houdt ook in dat de bewoners elkaar aanspreken op het moment dat zaken niet goed gaan. Bewoners nemen de verantwoordelijkheid voor de wijk en voor elkaar.

Sociaal-economisch: kleinschalige bedrijvigheid

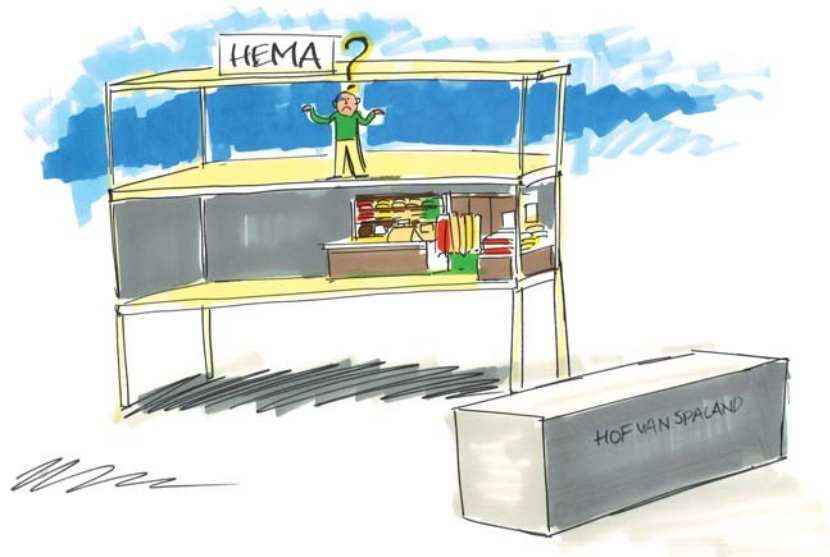
Groenord is nu in hoge mate zelfvoorzienend. Dat heeft vooral betrekking op de aanwezigheid van dienstverlenende instellingen (maatschappelijk en commercieel) en winkels. Deze zijn in hoofdzaak voldoende aanwezig. In de toekomst is er ook ruimte voor kleinschalige bedrijvigheid, die zich op specifieke behoeften van de wijk richt. Zoals bedrijven die zich richten op klussen, zorg, beheer en recreatie. Startende bedrijven en initiatieven van bewoners krijgen de ruimte.

Fysiek: onderscheiden en verbonden woonmilieus

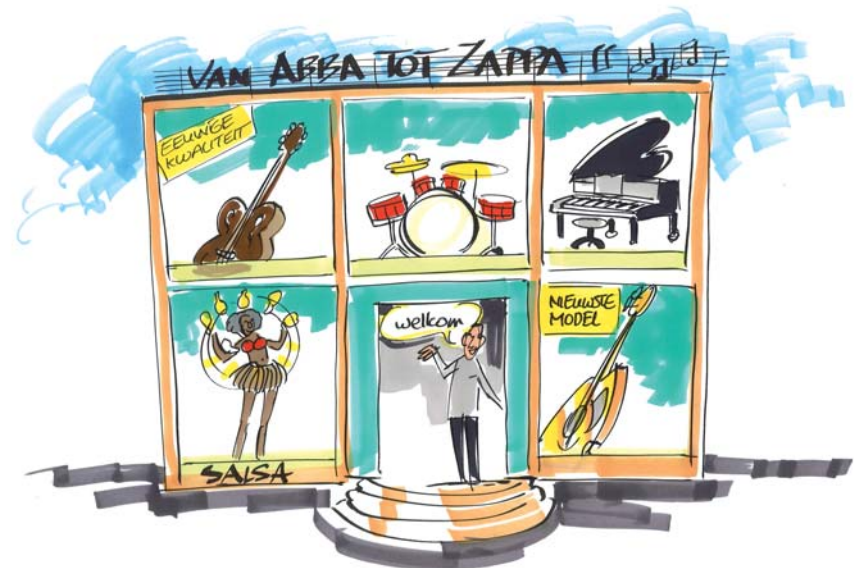
Ruimte geven aan de verschillende woon- en leefstijlen krijgt in de wijk gestalte door (ook) in fysieke zin specifieke woonmilieus voor deze groepen te maken. Gelet op de LAT-relatie betekent dit niet dat deze woonmilieus fysiek strikt worden gescheiden, de woonmilieus lopen in elkaar over. De herstructurering van de wijk ondersteunt dit proces en in meer algemene zin ondersteunt het de invulling van het nieuwe merk. De fysieke transformatie van de wijk is in de kern gericht op het moderniseren van de wijk. De wijk aanpassen aan de eisen aan de tijd: wat betreft de soort doelgroepen en de daaraan gerelateerde vraag naar de verschillende arrangementen.



Stel de wijk is een winkel. Wat voor type winkel is het dan?



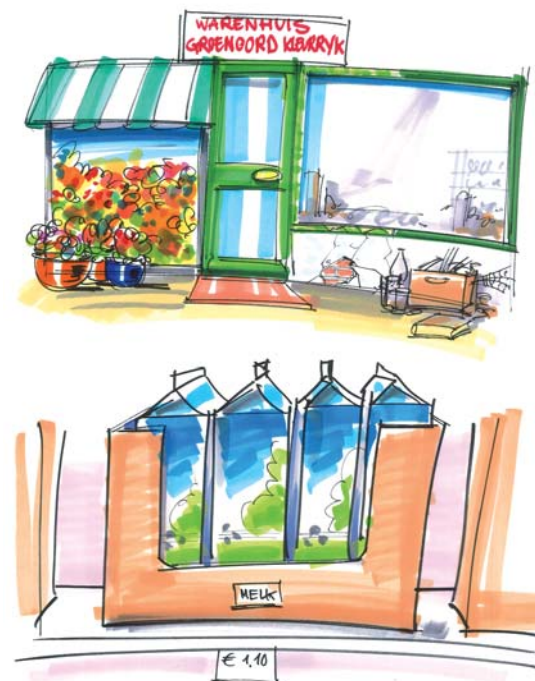
'Het is een soort Hema, kwalitatief niet slecht, maar wel betaalbaar'



'Bij ons kan je alles krijgen: violen, sambaballen, maar geen Stradivarius'



'Veel mensen blijven toch hun eigen pad volgen. Maar in ons ideaalbeeld kom ik mijn Turkse buurman tegen in de winkel'



'Groenord is open en eerlijk. Alles is feitelijk te zien. In goede en slechte zin'

Positionering Groenoord

Inleiding

Wat is de positie van Groenoord ten opzicht van de omliggende wijken en in algemene zin ten opzichte van de stad? De onderscheiden positionering van Groenoord is een combinatie van de kwaliteiten van de hardware en van de software. Samen vormen zij de Unique Selling Points (USP) van de wijk.

De USP's van Groenoord

Kernwaarden

- Basis
- Ruimte gevend
- Actief
- Verantwoordelijk
- Stijlvol

Hardware

- Uitstekende ligging nabij natuurgebieden en stedelijke centra
- Groene wijk met veel openbare ruimte
- Ruime opzet van de wijk
- Voorzieningen voor de verschillende doelgroepen
- Goed bereikbaar met openbaar vervoer en auto



Groenoord: 'Thuisbasis voor verschillende stijlen'
Groenoord onderscheidt zich van andere wijken door het vele groen en de ruime stedenbouwkundige opzet met verschillende woonmilieu's, waarbinnen ruimte wordt gegeven aan verschillende leefstijlen. De verschillende woonmilieus zijn onderscheiden maar niet afgesloten ten opzichte van elkaar. De verschillende groepen hebben een LAT-relatie met elkaar. Ze nemen verantwoordelijkheid naar elkaar toe en doen dat op een stijlvolle manier. Groenoord onderscheidt zich van andere wijken doordat actief, sportief en recreërend bezig zijn een belangrijk kenmerk is van de wijk. De wijk is in hoge mate zelfvoorzienend. Ten opzichte van andere wijken heeft de wijk veel voorzieningen, waaronder scholen, winkels, sportaccommodaties etc.

Groenoord als thuisbasis voor specifieke nieuwe doelgroepen in het woningbouwprogramma

Gezinnen met jonge kinderen

De wijk biedt een levendige samenleving met veel verschillende stijlen. Het biedt basisvoorzieningen voor huishoudens met jonge kinderen. Het biedt een uitvalsbasis van waaruit snel naar ander plekken kan worden gegaan zoals centrum Schiedam, Rotterdam, Vlaardingen en Delft. Het ligt dicht bij natuurgebieden waar gesport en gerecreëerd kan worden.

Wonen en werken op dezelfde plek

Huishoudens die wonen en werken op dezelfde plek combineren krijgen daartoe geschikte woon- en werkruimte. Gelet op het drukke bestaan van deze huishoudens is het belangrijk dat veel voorzieningen in de nabijheid zijn. Er zijn talloze voorzieningen in de nabije omgeving, die er voor zorgen dat men niet altijd op het centrum is aangewezen. Ook voor deze doelgroep zijn er sport- en recreatiemogelijkheden direct in de buurt, evenals basisvoorzieningen voor kinderen.

Senioren die comfortabel willen wonen

Voor senioren die comfortabel willen wonen is kwalitatief passende woonruimte beschikbaar. Daarnaast is er voldoende zorg beschikbaar die hen in staat stelt langer zelfstandig te blijven wonen. Voor de ouderen wordt een min of meer specifiek woonmilieu in de wijk gemaakt.

Marketingstrategie

De te hanteren marketingstrategie bestaat uit twee aspecten nl. korte en lange termijn, en algemeen en specifiek.

Korte en lange termijn

De marketingstrategie bestaat uit een korte en lange termijnstrategie. De korte termijnstrategie richt zich op de

bestaande kwaliteiten en waarden in combinatie met het ontwikkelen van het enthousiasme voor het realiseren van het nieuwe merk.
De lange termijn richt zich op het uitdragen van het nieuwe merk.

Algemeen en specifiek

De marketingstrategie bestaat uit een algemene en een specifieke strategie. De algemene strategie richt zich op het positief profileren en positioneren van de hele wijk. De specifieke strategie richt op de nieuwe gewenste doelgroepen en brengt daarin die aspecten naar voeren die voor de betreffende doelgroepen van belang zijn.



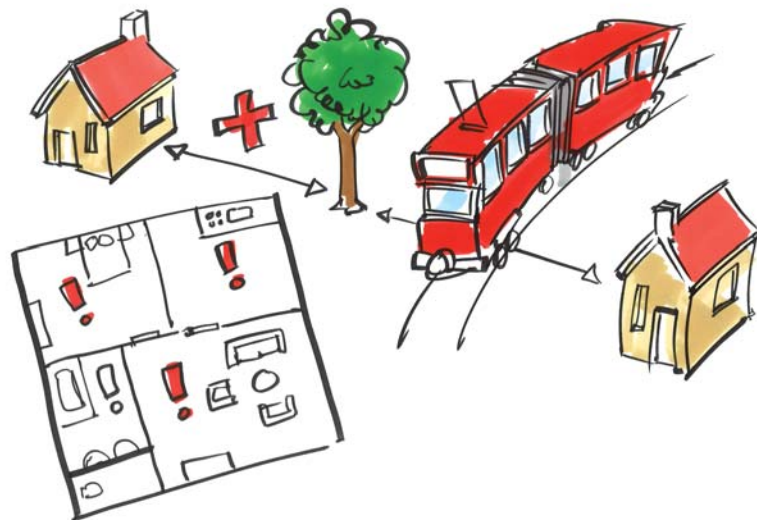
Waarin onderscheidt Groenord zich in positieve zin?



'Groenord is een spinnenweb waar je in positieve zin, als je er eenmaal inzit niet meer uit kan en wil'



'Door het openbaar vervoer is alles goed bereikbaar'



'Het positieve zijn de openheid en de ruimte tussen de woningen, zodat je niet op elkaars bord zit te kijken'



'Groenord onderscheidt zich vooral door groen'

Wijkprogramma

Inleiding

Het te realiseren nieuwe merk en het referentiekader zijn inspiratiebron voor het wijkprogramma. Tijdens de programmasessie is een eerste inventarisatie gemaakt van mogelijke activiteiten. Deze worden hier beschreven.

Wijkprogramma 2006-2009

Er wordt een wijkprogramma gemaakt voor de periode 2006-2009. Het voorliggende programma is nog geen uitvoeringsprogramma. Activiteiten moeten nog op inhoud en haalbaarheid worden onderzocht. In het laatste kwartaal van 2006 zullen de genoemde activiteiten worden uitgevoerd.

Doelstelling wijkprogramma

Doelstelling van het nieuwe wijkprogramma komt overeen met het geformuleerde merkstatement van de wijk nl.: 'Het bieden van een thuisbasis aan de verschillende stijlen, waarbij de verhouding tussen deze leefstijlen wordt gekenmerkt door een LAT-relatie'. De doelstelling van het wijkprogramma is uitgewerkt in verschillende subdoelstellingen, die de hoofddoelstelling ondersteunen. Het betreft de hieronder beschreven maatregelen van het programma.

Maatregelen

Het wijkprogramma Groenoord bestaat uit tien maatregelen waaronder verschillende activiteiten en projecten vallen.

Maatregel A. Stimuleren ontmoeting verschillende leefstijlen

Deze maatregel heeft als doel dat verschillende groepen bewoners met een verschillende leefstijl elkaar beter leren kennen. Onbekend maakt onbemind. Het wegnemen van vooroordelen en het laten zien van de positieve kanten van de verschillende manieren van wonen en leven is daarbij belangrijk. Discussies over de verschillen worden daarbij niet uit de weggegaan.

Maatregel B. Ondersteunen bij opvoeding en conflicten

Soms weten mensen niet hoe ze hun eigen kinderen kunnen begeleiden of hoe ze conflicten met de burens moeten oplossen. Deze maatregel richt zich op het geven van ondersteuning daarbij.

Maatregel C. Stimuleren pleinaanpak

In Groenoord zijn veel pleinen. Pleinen zijn belangrijke publieke ruimtes in de verschillende woonmilieus. De aanpak van de pleinen moet een bijdrage leveren aan het verfraaien van de wijk, de behoeften van de bewoners en aan het je thuis voelen in de wijk. Betrokkenheid van bewoners

is belangrijk bij de inrichting en het beheer. Deze maatregel richt zich op de aanpak van de pleinen én op het betrekken van de bewoners daarbij.

Maatregel D. Stimuleren aanpak klussen

In de wijk kunnen veel klussen worden verricht. Dat kunnen klussen bij instellingen, maar ook klussen bij bewoners zijn. Deze maatregel richt zich op het op een handige manier aanpakken van de klussen.

Maatregel E. Bestemmen van terreinen en gebouwen

Terreinen en gebouwen komen regelmatig vrij. Deze maatregel richt zich op mogelijke herbestemmingen van terreinen en gebouwen ten behoeve van het programmadoel. Het gaat dan o.a. om sociaal-economische activiteiten.

Maatregel F. Verbeteren aanbod woningen en voorzieningen

Deze maatregel richt zich op het verbeteren van het aanbod aan woningen en voorzieningen. Verbetering van het aanbod vindt o.a. plaats in het kader van de herstructurering die door de woningcorporatie wordt uitgevoerd. Voor de lopende en voorgenomen projecten wordt verwezen naar de woningcorporatie Woonplus. De maatregel heeft mede ten doel om nieuwe doelgroepen voor de wijk te werven.

Maatregel G. Uitbreiding specifieke voorzieningen

Soms ontbreken voorzieningen in de wijk, soms is het aanbod te gering. Voor het behoud van de bestaande doelgroepen en voor het werven van de nieuwe doelgroep is het aanbod aan gevraagde specifieke voorzieningen van belang.

Maatregel H. Stimuleren ontwikkeling bewoners

Stimuleren dat bewoners zich blijven ontwikkelen is voor henzelf belangrijk, maar is ook belangrijk voor de vitaliteit van de wijk. Dat geldt ook voor de integratie van bewoners met een verschillende etnische afkomst.

Maatregel I. Verbeteren onderhoud en beheer openbare ruimte

Het intensiveren van het onderhoud en beheer van de openbare ruimte in Groenord is belangrijk. De kwaliteit van de openbare ruimte is het visitekaartje van de wijk.

Maatregel J. Aanpak pleinen en plekken

Zoals gezegd bij maatregel C is de aanpak van pleinen en plekken in de wijk belangrijk in verband met het maken van aantrekkelijke woonmilieus in de wijk. In combinatie met maatregel C richt deze maatregel zich daarop.





‘Spelende kinderen zijn de beste buurtgenoten’

Wat zijn de huidige en wat zijn de nieuwe kernwaarden van Groenoord?



'Er wordt van alle kanten geblazen om het in beweging te krijgen. Zo komt er een flinke versnelling en wij hopen dat die kan worden vastgehouden'



'Groenoord is aan het groeien, maar er hangt nog steeds een donkere wolk. Dat is het gevoel: het wordt niet meer zoals het was, daar hebben veel mensen last van'



'Er zijn wel veel jongeren die actief zijn. Ze zijn echt in beweging'



'Touwtje uit de brievenbus staat voor openheid. Deel zijn van een gemeenschap'

Inventarisatie ideeën buurtprogramma

Thema	Maatregel	Trekker	Met medewerking van ...	Kernwaarden
Sociaal	A. Ontmoeten leefstijlen			Ruimtegevend, actief, stijlvol
	A.1 Multicultureel feest	SWS	Gemeente, politie, SWS, Ons, bewoners-groepen, scholen	
	A.2 Jongerenbuurthuis	Gemeente	Gemeente, jongeren, buurtbewoners	
	A.3 Multiculturele soos	SWS	Bewoners, zelforganisaties, afdeling welzijn gemeente	
	A.4 Zeskamp	Woonplus	Organisaties in de wijk, bewoners	
	A.5. Buurtontbijt	Woonplus	Organisaties in de wijk, bewoners	
	A.6. Kookavonden	SWS	Bewoners	
	A.7. Moedergroep		Organisaties in de wijk, gemeente, moeders	
	B.1 Hulp bij opvoeden en conflicten			Basis, verantwoordelijk
	B.2 Ondersteuning bieden bij individuele (opvoeding)problemen	Gemeente, afdeling welzijn	Bewoners	
	B.3 Buurtbemiddeling	Woonplus	Gemeente, organisaties, bewoners	



Inventarisatie ideeën buurtprogramma

Thema	Maatregel	Trekker	Met medewerking van ...	Kernwaarden
Sociaal	C. Stimuleren pleinaanpak			Actief, verantwoordelijk
	C.1 Bewoners organiseren sociale activiteiten per plein	Bewoners	Gemeente, organisaties, bewoners	Ruimtegevend, actief, stijlvol
	C.2 Bewoners actief maken door activiteiten te belonen	Gemeente	Organisaties in de wijk, bewoners	
	C.3 Pleinouders	Bewoners	Gemeente, organisaties, ouders	
	D. Stimuleren aanpak klussen			Basis, verantwoordelijk
	D.1 Tuinploeg (zie ook fysiek)	Woonplus	Bewoners, Ons, organisaties	
	D.2 Uitzendbureau heitje karweitje		Bewoners, gemeente, werk en inkomen	
	D.3 Klussendienst	Woonplus	Jongeren, bewoners	
	D.4 Ouderenhulp (actief houden)	Ouderenwerk	Bewoners, scholen, wijkorganisaties	
	D.5 Vrijwilligersdatabank met buurtcafé	SWS		



BEWONERS
GROENORD

FOX
INTERCOIFFURE
SCHIEDAM VLAARDINGEN

WIJKBEHEER
OVERLEG
GROENORD

WOONPLUS
SCHIEDAM

Stichting Groenord
Schiedam
Groenord
Schiedam
010-4719701

FONDS
SCHIEDAM
VLAARDINGEN

GEMEENTE
SCHIEDAM

BOEKHOUDBURG
T.A.F.M. BRUGGE-
LING
BOUTERWEG 10
3100 HM SCHIEDAM

DARO
OAKBEDIJKT
010-4719701

SCHRIJVERSHOF
& ZN.
GROENTEN&FRUIT
WINKELCENTRUM
"DE KETNEL"

F.W. JONKMAN
SCHILDEBEDRIJF
010-4259982

DE
KAASSPECIALIST
HOF VAN SPALAND

STRAUSS & CO.
speelboerderij

Inventarisatie ideeën buurtprogramma

Sociaal Economisch	Maatregel	Trekker	Met medewerking van ...	Kernwaarden
	E. Bestemming van terreinen en gebouwen			Basis, ruimtegevend, stijlvol
	E.1 Evenemententerrein	Gemeente	Alle gebruikers wijk	Ruimtegevend, actief, stijlvol
	E.2 Multiculturele dagmarkt	Gemeente		
	E.3 Plint Bachplein met verschillende ondernemingen / voorzieningen	Gemeente		
	E.4 Blauwe Brug meer wijkgericht	SWS		
	E.5 Toekomstmogelijkheden winkel-centrum Kethel onderzoeken	Gemeente		
	F. Verbetering aanbod			Basis, ruimtegevend, stijlvol
	F.1. Meer variatie in aanbod woningen in prijs en kwaliteit voor benoemde doelgroepen	Woonplus, gemeente		
	G. Uitbreiden specifieke voorzieningen			Basis, verantwoordelijk
	G.1 Uitbreiding para-medische voorzieningen	Gemeente		
	H. Ontwikkeling bewoners			Basis, verantwoordelijk
	H.1 Nederlandse les	Gemeente	Bewoners	
	H.2 Beroepskwalificatie	Gemeente, Werk en inkomen	Uitkeringsgerechtigden	

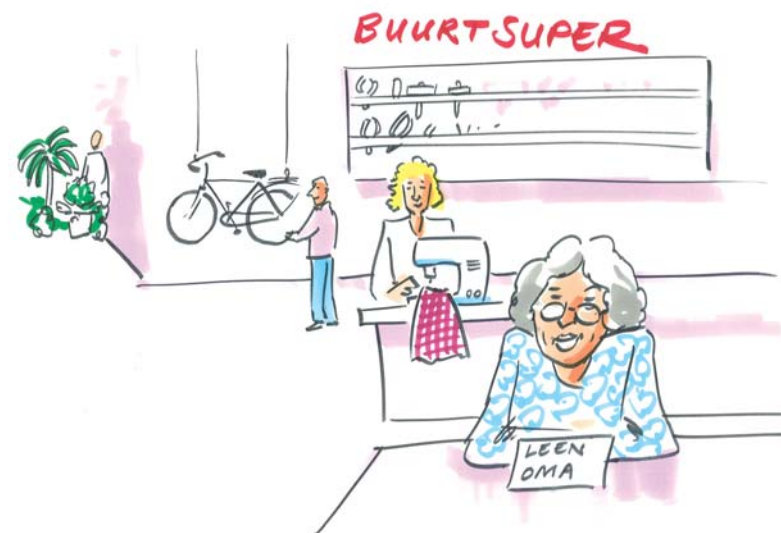
Inventarisatie ideeën buurtprogramma

Fysiek	Maatregel	Trekker	Met medewerking van ...	Kernwaarden
	I. Verbetering onderhoud en beheer			Basis, verantwoordelijk
	I.1 Groenonderhoud	Gemeente		
	I.2 Rekening houden met onderhoud bij inrichtingsplannen	Gemeente		
	I.3 Veilige fiets- en voetpaden	Gemeente		
	I.4 Betere openbare verlichting	SWS		
	I.5 Herinrichting groen (onderhoudseenvoudig en laag)	Gemeente		
	J. Aanpak pleinen en plekken			Actief, verantwoordelijk, stijlvol
	J.1 Kinderspeellocatie op pleinen	Gemeente, bpm	Bewoners	
	J.2 Sportplek gericht op een variatie aan sporten	Gemeente, bpm		
	J.3 Aanpak tennisveld	Gemeente, bpm		
	J.4 Kinderspeelplaatsen	Gemeente, bpm	Gemeente	
	J.5 Multifunctionele sportbaan	Gemeente, bpm		
	J.6 Functionele pleinen (groen en licht aanpakken, meer speelgelegenheid)	Gemeente, bpm	Bewoners	

Welke activiteiten en projecten moeten worden uitgevoerd om de gewenste identiteit van Groenoord te ondersteunen?



'Wij denken aan elk jaar een multicultureel wijkfeest: Groenoord kleurrijk. Waar je kennis kan maken met iedereen in de wijk'



'Heel belangrijk voor de wijk, een plek waar je elkaar kunt ontmoeten en helpen. En waar je je kwaliteiten kwijt kunt'



'We zoeken iemand die als een vader alles rondom organiseert, vergunningen, fondsen, zodat wij alle aandacht aan de kinderen kunnen geven'



'Met heitje voor karweitje bereik je ook mensen die normaal niet durven vragen. Dan betalen ze ervoor en is het geen vra



‘In mijn flat is een groepje dat iedere
vrijdagmorgen met een prikstok de boel
schoonmaakt’

Strategische maatregelen en projecten

Verschillende maatregelen en projecten zijn van strategisch belang voor het tot stand komen van het nieuwe merk.

Deze strategische projecten zijn:

- Ontmoeten leefstijlen
- Pleinaanpak
- Onderhoud en beheer
- Bestemming terreinen en gebouwen
- Verbeteren variatie aanbod in prijs en kwaliteit

Uitwerken wijkprogramma

Het voorliggende programma is een inventarisatie van ideeën en nog geen concreet uitgewerkt uitvoeringsprogramma. Het verder uitwerken moet in de komende tijd plaatsvinden. Daarbij zijn drie zaken van belang. Ten eerste het uitwerken van de ideeën in concrete activiteiten en projecten. Ten tweede het verder uitwerken van de besturing van het programma. Ten derde het toekennen van een programmabudget.

Van ideeën naar projecten

De ideeën in het programma moeten worden uitgewerkt tot projecten. Dat betekent dat per idee de fasering en de KOTIG-elementen (kwaliteit, organisatie, tijd/planning, informatie-communicatie, geld) moeten worden ingevuld. De projectbeschrijving en de projectsturing zijn een taak van de trekker van het desbetreffende project.

Besturing programma: koers houden en bijstellen

Sturen op het programma is cruciaal voor het behalen van de doelen. Periodiek bijstellen van het programma op basis van ontwikkelingen is noodzakelijk. Het programma kan op grond van de volgende criteria worden beoordeeld en bijgesteld: tempo, haalbaarheid, efficiëntie, flexibiliteit, doelgerichtheid.

Tempo

Beoordelen van het tempo waarin de verschillende projecten worden gerealiseerd, of er stagnaties optreden of versnelingen mogelijk zijn. Beoordelen of de volgorde waarin de projecten worden gerealiseerd optimaal is, in relatie tot het realiseren van de maatregelen.

Haalbaarheid

Beoordelen of het project politiek, technisch en maatschappelijk haalbaar is, voldoende draagvlak heeft en het draagvlak misschien kan of moet worden vergroot.

Efficiëntie

Beoordelen of de beschikbare middelen efficiënt worden ingezet.

Flexibiliteit

Beoordelen of projecten gewijzigd kunnen worden.

Doelgerichtheid

Beoordelen in welke mate projecten bijdragen aan het realiseren van het programmadoel en de maatregel en of verbetering mogelijk is.

Programmabudget

Aan het wijkprogramma is een programmabudget toegekend. Het wijkprogramma is opgenomen als onderdeel (cluster) binnen het plan (Pechtold) Sociale aanpak (GSB). 1.2 miljoen van deze middelen zijn bestemd voor de uitvoering van het programma. Toekennen van een programmabudget heeft verschillende voordelen. Het eerste voordeel is dat flexibiliteit en doelgerichtheid wordt vergroot. Het tweede voordeel is dat de programmakosten ten laste van het programma kunnen worden gebracht.

Monitoring

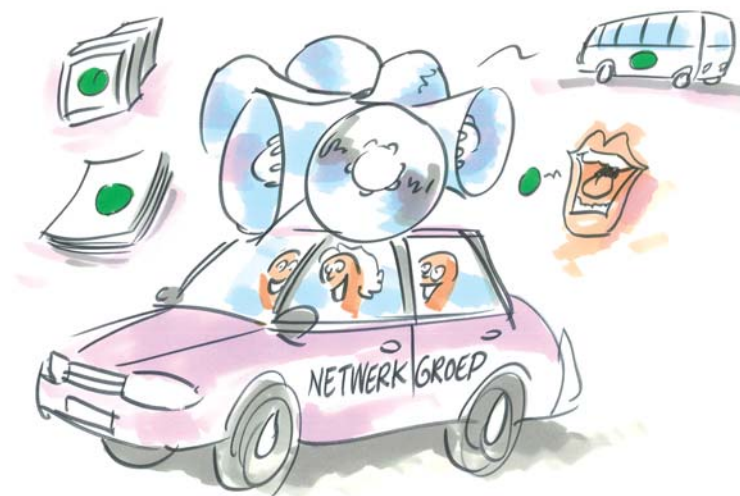
Jaarlijks wordt door de ondernemende groep onderzocht wat de resultaten en effecten zijn van het programma. Dat kan leiden tot een bijstelling van het programma gericht op het realiseren van het nieuwe merk. In het kader van het monitoren van effecten is het aan te bevelen om te onderzoeken wat het effect is van de brand en het wijkprogramma op de waadeontwikkeling van het vastgoed. Aanbevolen wordt om in 2009 te onderzoeken of het nieuwe merk is gerealiseerd en/of nog actueel is. Op basis daarvan vindt een herijking plaats.



Stel als groep een campagne op



'Het is een klus die je alleen met elkaar tot een goed resultaat kunt laten komen'



'Een geluidswagen die de wijk in gaat en die in verschillende talen vertelt hoe fijn het is in Groenoord'

LAAT HET FIJN ZIJN OP ONS PLEIN



'De tafels met Hoppe verbeelden de mogelijkheid om elkaar te ontmoeten'



'Er is een groep die meedoet en een groep die moet worden getrokken'

De ondernemende groep

De ondernemende groep bestaat uit actieve bewoners en professionals. De bewoners en professionals die hebben deelgenomen aan de sessies in Hoppe waren enthousiast en betrokken. Zij willen zich inzetten voor de wijk en voor elkaar. Zij willen elkaar ondersteunen in de verschillende activiteiten, zodat niemand er alleen voor staat.

Uit de Hoppegroep zal dan ook de ondernemende groep worden gevormd. Tijdens de sessie wordt de metafoor van het Talentbureau gebruikt. Talenten uit de wijk krijgen een kans om zich verder te ontwikkelen en zich verder in te zetten voor de wijk.

De ondernemende groep gaat een aantal werkzaamheden verrichten:

- Het uitwerken van het wijkprogramma
- Het mede uitvoeren van het programma en het volgen van de uitvoering
- Het ontwikkelen van nieuwe initiatieven voor de wijk
- Het vaststellen en uitvoeren van communicatie-activiteiten in de wijk

Uiteraard is er een onderscheid in de bijdrage van bewoners en de bijdrage van professionals. Met uitzondering van de echte bewonersactiviteiten, zullen de professionals de meeste activiteiten voorbereiden en uitvoeren. Zij bespreken hun werkzaamheden in de ondernemende groep.





‘Er zit dynamiek in de wijk en dat is positief voor de toekomst’

Bijlage 1 en 2

Bijlage 1. Deelnemers sessie

Wethouder M. Groene

Wethouder Y. Haan

Mw. Y. Martijn

Mevr. L. van Grootveld

Dhr. R. Weekers

Mevr. K. van Dreven

Mevr. M. Bjelobrk

Dhr. E. van Staveren

Mw. P. Blomsteel

Dhr. W. de Reuver

Dhr. H. Scholte

Dhr. R. Christiaanse

Mevr. C. van der Beek

Mevr. S. van Riemsdijk

Mevr. P. de Lange

Dhr. P. Hooglugt

Mevr. L. van IJzendoorn

Dhr. J. van der Ham

Dhr. E. van der Roer

Dhr. H. Metaal

Dhr. A. Groenendaal

Dhr. D. Hamerslag

Dhr. van Oossanen

Mevr. Postina

Mevr. E. Flaneur

Mevr. M. van Eem

Dhr. P. v.d. Ploeg

Mevr. I. v. Egmond

Mevr. C. van Gommel

Mevr. P. Colijn

Mevr. W. Tollens

Dhr. K. Mrabdi

Dhr. H. Gusman

Mevr. A. Waardenburg

Dhr. Waardenburg

Mw. M. D'C-Gomez

Mw. M. Passial-Djaoen

Mw. Heyster

Dhr. Smail

Mevr. W.L. Lourens

Dhr. van de Vooren

Dhr. A. Brökling

Mevr. R.G. Brökling

Dhr. J. Govaart

Mevr. Mclean

Dhr. de Brabander

Mevr. E.E. Spek

Dhr. S. Westhuisliggend

Bijlage 2. Literatuurlijst

- Bachplein. Stedenbouwkundig Programma van Eisen. Aanvulling maart 2004, Bureau voor Stedebouw (3 maart 2004, Rotterdam)
- Bachplein. Stedenbouwkundig Programma van Eisen, Bureau voor Stedebouw (12 december 2002, Rotterdam,)
- Basisgegevens Groenord, gemeente Schiedam
- Bevolkingsprognose Schiedam, Onderzoek & Statistiek gemeente Schiedam (juli 2004, Schiedam)
- Contouren voor aantrekkelijk wonen in Schiedam. Eerste module van de beleidsnota wonen, gemeente Schiedam afdeling wonen (augustus 2003, Schiedam)
- Groenord-Midden A. Stedenbouwkundig Programma van Eisen, Bureau voor Stedebouw (22 februari 2005, Rotterdam)
- Groenord-Zuid. Stedenbouwkundig Programma van Eisen, Bureau voor Stedebouw (9 maart 2001, Rotterdam)
- Groenord Zuid, niemand wil er meer uit, Bureau De Vijf
- Groenord Schiedam. Analyse van de wijk Groenord op basis van De Grote Woontest, The SmartAgent® Company in opdracht van Woonplus Schiedam
- Het levend verleden van Schiedam, Gerard Lutke Meijer (1981, Zaltbommel)
- Leefbaarheidsonderzoek 2004 Grotestedenbeleid Schiedam, Bureau Onderzoek & Statistiek (september 2004, Schiedam)
- Omnibusonderzoek 2004 Schiedam, Team Onderzoek & Statistiek (mei 2005, Schiedam)
- Rapportage Groenord Scoort, Bureau de Vijf (januari 2005, Schiedam)
- Rapportage "Groenord Scoort" (concept). Verkennend buurtonderzoek in de wijk Groenord te Schiedam, Bureau voor Samenlevingsopbouw De Vijf (januari 2005, Schiedam)
- Schiedam bouwt op jeneververleden. Een wandeling door de tijd, Nathalie Lans (2000, Schiedam)
- Schiedam nu, Hans van der Sloot & Robert Collette (1967, Zaltbommel)
- Schiedam onthult haar geheim; Ruimtelijke Ontwikkelingsvisie Deel I – De visie, BRO (Vught)
- Schiedam rond de eeuwwisseling, Hans van der Sloot (1975, Schiedam)
- Schiedam. De geschiedenis van onze stad, Historische Vereniging Schiedam (1980, Schiedam)
- Schiedam. Uitgave ter gelegenheid van het 725-jarig bestaan van de stad (Schiedam, 2001)
- Sociaal Wijkplan Groenord, Projectgroep sociaal Wijkplan Groenord (juni 2003, Schiedam)
- Statistisch Jaarboek 2005, Team Onderzoek & Statistiek (september 2005, Schiedam)
- Structuurkwaliteitplan Schiedam, gemeente Schiedam afdeling ROVV-Stedenbouw (april 2002, Schiedam)
- Tuindorp Kethel Schiedam. Noddy, noddier, noddier, Hans van der Heijden en Barbara Klomp (2004, Bussum)
- Wijkontwikkelingsvisie Groenord 1999-2015, Gemeente Schiedam (september 2000, Schiedam)
- 4 x Schiedam op 1. Een rondje Schiedam, DVD (Dubbelklik Schiedam)

Begeleiding en productie

Procesbegeleiding: Hans Kars, Martin Jansen
Verslag: Maud Aarsen
Grafische vormgeving rapportage: Mireille Geijssen
Fotografie: Willem Mes
Tekenaars: Geert Gratama, Luuk Poorthuis, Jasper Andries, Ed van Brummen, Edu Kisman

Utrecht, oktober 2006

In opdracht van de gemeente Schiedam



gemeente
Schiedam

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

Afdeling Wijkzaken
010 246 55 90
Stadskantoor
Stadserf 1
Postbus 1501
3100 EA Schiedam



