



Nieuw-Mathenesse
Stedelijk, Modern en Gastvrij

Nieuw–Mathenesse

Stedelijk, Modern en Gastvrij

Rapportage onderzoek gebiedsbranding Nieuw–Mathenesse

Inhoudsopgave

HOOFDSTUK 1	INLEIDING	6
HOOFDSTUK 2	ONDERZOEK	6
HOOFDSTUK 3.	GEBIEDSBRANDING	8
HOOFDSTUK.4.	WERELDEN VAN VERSCHIL	10
HOOFDSTUK 5.	TOEKOMSTBELOFTE: STEDELIJK, MODERN EN GASTVRIJ	12
HOOFDSTUK 6.	KERNKWALITEITEN NIEUW-MATHENESSE	14
HOOFDSTUK 7.	KERNWAARDEN NIEUW-MATHENESSE	18
HOOFDSTUK 8.	UITLEIDING	22

COLOFON



Inleiding

In 2008 heeft de gemeente Schiedam aan Kars Advies gevraagd om een onderzoek te doen naar de gebiedsbrand van het bedrijventerrein Nieuw-Mathenesse. Aanleiding is de voorgenomen herontwikkeling van het bedrijventerrein. Het onderzoek heeft geresulteerd in een beschrijving en verbeelding van de gebiedsbrand Nieuw-Mathenesse. Deze gebiedsbrand is inspiratiebron voor de planontwikkeling. Uiteraard binnen de door de gemeente geformuleerde kaders.

Onderzoek

Het onderzoek heeft een aantal jaren geduurd. Het is niet zo dat er gedurende de hele periode intensief aan het onderzoek gewerkt is. Er zijn perioden geweest waarin geen activiteiten plaatsvonden en perioden waarin actief onderzoek heeft plaats gehad.

Het onderzoek bestond uit de volgende onderzoeksactiviteiten:

- Doornemen bestaande documentatie
- Inventarisatie onderzoeksgegevens gebied Nieuw-Mathenesse
- Enquête onder de 50 bedrijven in het gebied
- Drie focusgroepgesprekken met de ondernemers uit het gebied
- Focusgroepsgesprek met professionals
- Focusgroepsgesprek met (potentiële) bewoners
- Diepte-interviews met 5 bepalende ondernemers
- Verbeelding van de locatie en daarbinnen van de belangrijkste merkplekken (dragers) in het gebied

In deze rapportage vindt u de uitwerking van de resultaten van het onderzoek naar de gebiedsbrand van Nieuw-Mathenesse terug.



Gebiedsbranding Nieuw-Mathenesse

De gebiedsbrand, dan wel de identiteit van Nieuw-Mathenesse, bestaat uit een drietal onderdelen nl.

- De kernkwaliteiten
- De kernwaarden
- De toekomstbelofte van het bedrijventerrein

In de kernkwaliteiten worden de belangrijkste kwaliteiten van de zogenaamde hardware van het gebied beschreven: ligging, bereikbaarheid, ruimtegebruik, kwaliteit omgeving etc.

In de kernwaarden worden de belangrijkste sociaal-emotionele waarden, de sfeer en stijl van het gebied beschreven. Zij geven aan hoe het gebied zichzelf ziet en hoe het zich naar buiten toe wil presenteren.

De toekomstbelofte gaat over wat het gebied aan zichzelf, aan haar gebruikers, in de toekomst belooft.

Kernkwaliteiten, kernwaarden en toekomstbelofte kunnen, mits gedragen door gemeente, bedrijven en andere gebruikers, inspiratiebron zijn voor de ontwikkeling en uitvoering van toekomstige plannen op het bedrijventerrein.



Werelden van verschil

Uit het onderzoek blijkt dat er in de huidige situatie werelden van verschil bestaan tussen de posities, uitstraling en perspectieven van de bedrijven in het gebied. Er zijn bedrijven die nauwelijks het hoofd boven water kunnen houden én bedrijven die economisch goed functioneren. Er zijn bedrijven met weinig of slechte fysieke uitstraling én bedrijven die veel geïnvesteerd hebben in onderhoud en kwaliteit van hun gebouwen. Er zijn bedrijven die weinig of geen toekomstperspectief hebben én bedrijven waarvan het toekomstperspectief gunstig is. Er zijn tenslotte ook grote verschillen in type bedrijvigheid. Deze grote verschillen – zowel in type bedrijvigheid als in kwaliteit – zijn belangrijke aandachtspunten in de toekomstige transformatie van het gebied. De vraag is of bedrijven die aan de onderkant van de markt functioneren mee kunnen gaan in de ambities van het Masterplan en daarmee samenhangend in de uiteindelijke gebiedsbrand.

Er zijn bedrijven die bewust en gericht investeren in hun corporate brand én bedrijven die hier niet of nauwelijks mee bezig zijn. Voor de laatste bedrijven lijkt het onderscheidend positioneren op de markt niet een belangrijk thema. Voor hen lijkt het maken van een gebiedsbrand ook minder interessant. Vooral de bedrijven met een nationale en internationale oriëntatie hebben een duidelijke corporate brand, terwijl de bedrijven die zich op de lokale Schiedamse markt richten dit minder hebben.

HOOFDSTUK 4

In het onderzoek is aan de bedrijven ook gevraagd wat volgens hun de toekomstbelofte, de kernkwaliteiten en de kernwaarden van het bedrijventerrein in de toekomst zijn. Na analyse van de resultaten worden toekomstbelofte, kernkwaliteiten en kernwaarden geformuleerd in respectievelijk: hst 6, 7 en 8.



Toekomstbelofte Nieuw-Mathenesse

Op basis van de resultaten van het onderzoek en de gevoerde gesprekken is een toekomstbelofte voor het bedrijventerrein geformuleerd. Aan deze belofte kan op dit ogenblik ten dele worden voldaan, maar zal vooral in de toekomst waargemaakt moeten worden door het uitvoeren van het Masterplan. Het is een belofte aan de bedrijven, de gemeente, de bewoners en de gebruikers van het terrein. De toekomstbelofte van Nieuw-Mathenesse luidt:

‘Nieuw-Mathenesse: Stedelijk, Modern en Gastvrij’

Nieuw-Mathenesse is nu reeds een stedelijk bedrijventerrein. Door het uitvoeren van het Masterplan en door de investeringen van de bedrijven zal het stedelijk karakter en de verbinding met het centrum toenemen. Door de menging van functies: werken, wonen, toerisme en horeca zal de stedelijke sfeer meer tot uitdrukking komen.

In de toekomst krijgt het bedrijventerrein een moderne uitstraling. Deze moderne uitstraling is complementair aan het historische en monumentale karakter dat het bedrijventerrein ook heeft.

Het is een open stedelijk bedrijventerrein: goed verzorgd en gastvrij voor bezoekers van buiten.



Kernkwaliteiten Nieuw–Mathenesse

De kernkwaliteiten van Nieuw-Mathenesse zijn: stedelijk bedrijventerrein, goed bereikbaar via weg en water, zichtbare historie en toekomst, ambachtelijk en industrieel, duurzaam, innovatief, groot- en kleinschalig.

Stedelijk bedrijventerrein

Het bedrijventerrein ligt direct tegen het centrum van Schiedam. De historische verbinding tussen centrum en (oude) haven, de Buitenhavenweg, maakt deze relatie direct zichtbaar. Op het bedrijventerrein is een diversiteit aan bedrijven aanwezig, zowel in het lage alsook in het hoge marktsegment. Nieuw-Mathenesse is een broedplaats voor nieuwe ondernemers. Er bestaat een menging van diverse functies: cultureel, recreatie, horeca en wonen. Deze menging van functie drukt mede het stedelijke karakter uit.

Goed bereikbaar via weg en water

Van oudsher is Nieuw-Mathenesse via het water, Nieuwe Maas en Schie goed bereikbaar. Via de ring is het bedrijventerrein voor de auto bereikbaar.

Zichtbare historie en toekomst

De historie van het bedrijventerrein is fysiek goed zichtbaar. Distilleerderijen zoals De Kuyper en Nolet zijn duidelijk aanwezig, evenals de glasfabriek, molen en Buitenhavenweg, met de diverse pakhuizen. Zij geven de kern van de geschiedenis van het terrein, maar ook haar toekomst aan.

Ambachtelijk en industrieel

Het bedrijventerrein kenmerkt zich door ambachtelijke en industriële activiteiten zoals het maken van glas, drank en het repareren van auto's.

Duurzaam

Bij veel bedrijven is er aandacht voor duurzaamheid in de productieprocessen bijvoorbeeld bij de glasfabriek. In de openbare ruimte worden nu en in de toekomst duurzame materialen gebruikt. Duurzaamheid komt terug, door het intensieve grondgebruik.

Innovatief

Zowel in het verleden als nu vindt er op het bedrijventerrein innovatie plaats. Voorbeelden uit het verleden zijn de introductie van de stoommachine, de stoommolen, de stalen buizen van Excelsior en de eerste sociale woningbouw in Schiedam. Nieuwe industriële innovatie vindt bijvoorbeeld plaats bij het bedrijf Hatendo (waterzuiveringinstallaties)

Groot- en kleinschalig

Op het bedrijventerrein zijn groot- en kleinschalige bedrijven gehuisvest. Er zijn bedrijven die op de internationale markt een belangrijke rol spelen zoals Nolet, De Kuyper, de glasfabriek en bedrijven die zich alleen richten op de lokale markt zoals garage- en bouwbedrijven.



KERNKWALITEITEN

STEDELIJK BEDRIJVENTERREIN	Dicht bij het centrum	Historische verbinding met stad	Diversiteit aan bedrijven	Lage en hoge segmenten	Broedplaats	Menging met cultuur, recreatie, horeca, wonen
BEREIKBAAR VIA WEG EN WATER	Via Nieuwe Maas en Schie	Via de ring				
ZICHTBARE HISTORIE EN TOEKOMST	Distilleerderijen	Glasfabriek	Molen	Buitenhaven(weg) en Schie	Pakhuizen	
AMBACHTELIJK EN INDUSTRIEEL	Glas maken	Drank maken	Auto's repareren			
DUURZAAM	Duurzaamheid in productieprocessen	Duurzame materialen in openbare ruimte	Intensief grond-gebruik	Kringloop glas		
INNOVATIEF	Historie: stoommachine, stoommolen, stalen buizen Exelsior	Eerste sociale woningbouw	Hatenboer			
GROOT- EN KLEINSCHALIG	Groot- en kleinschalig	Internationaal en lokaal				



Kernwaarden Nieuw-Mathenesse

Kernwaarden gaan over stijl en sfeer van en op het bedrijventerrein. Ook voor de kernwaarden geldt dat het deels over voor de toekomst wenselijke waarden gaat. De kernwaarden voor het bedrijventerrein zijn: stedelijke sfeer, modern, gastvrij en verzorgd.

Stedelijke sfeer

Bedrijventerrein Nieuw-Mathenesse kenmerkt zich door een stedelijke sfeer. Tussen de diverse groepen (werkers, toeristen, consumenten) die gebruik maken van het terrein bestaat een ongedwongen sfeer. Het is een levendig bedrijventerrein met veel activiteiten.

Modern

In de toekomst, na uitvoering van het Masterplan, is het een modern bedrijventerrein. Dit komt tot uitdrukking in de uitstraling van de gebouwen, de openbare ruimte, maar ook door de moderne bedrijfsprocessen.

Gastvrij

Nu en in de toekomst heeft het bedrijventerrein een gastvrije uitstraling. Iedereen is welkom. De historische route wordt bezocht door toeristen. Er worden exposities en rondleidingen verzorgd. Er is horeca waar je kan eten en drinken. Er worden evenementen georganiseerd.

Verzorgd

Het is in de nabije toekomst een verzorgd bedrijventerrein. Dat uit zich in de gebouwen en in de openbare ruimte, maar ook in goed parkbeheer.



KERNWAARDEN

STEDELIJKE SFEER	Diverse groepen	Ongedwongen sfeer	Levendig	Gepaste nabijheid	
MODERN	Uitstraling gebouwen	Uitstraling openbare ruimte	Uitstraling bedrijfsprocessen		
GASTVRIJ	Iedereen is welkom	Exposities en rondleidingen	Historische route	Evenementen	Horeca
VERZORGD	Verzorgde uitstraling gebouwen	Verzorgde uitstraling openbare ruimte	Goed parkbeheer		



Uitleiding

In deze rapportage is de gebiedsbrand van het bedrijventerrein Nieuw-Mathenesse beschreven en verbeeld. De volgende stap is deze gebiedsbrand te operationaliseren.

Dat kan op drie manieren.

De eerste is om op basis van de gebiedsbrand een briefing op te stellen voor het ontwerp (stedenbouwkundig, aan te trekken activiteiten en bedrijven en architectonisch).

De tweede manier is om de gebiedsbrand uit te werken naar een beheerplan voor het bedrijventerrein.

De derde manier is om de gebiedsbrand uit te werken naar huisstijl van het bedrijventerrein in combinatie met het opstellen van een marketingplan.



Opdrachtgever: Gemeente Schiedam
Productie: Kars Advies
Procesbegeleiding: Hans Kars
Grafische vormgeving: Studio Geert Gratama
Fotografie: Mes Photography, Utrecht
Utrecht, november 2012



De Holle Bilt 6b
3732 HM De Bilt
M +31 (0)653 21 12 38
hanskars@karsadvies.nl
www.karsadvies.nl



