Gemeente Vlaardingen

VISIE OPENBARE RUIMTE VLAARDINGEN

VOORWOORD

Voor u ligt de Visie Openbare Ruimte. De openbare ruimte zijn de plekken in Vlaardingen die wij allemaal gebruiken. Zoals pleinen, wegen, sportvelden en parken. Het zijn openbare plekken, plekken van iedereen en van niemand.

Iedereen gebruikt de openbare ruimte op zijn of haar eigen manier. Bewoners gebruiken de openbare ruimte om van huis naar werk te komen, te sporten of te picknicken in het park. Ondernemers gebruiken de ruimte om bereikbaar en aantrekkelijk te zijn voor klanten. Ontwikkelaars gebruiken het om potentiele kopers over de streep te trekken voor het kopen van een woning.

Door de verandering in gebruik, beheer en inrichting van de openbare ruimte vraagt het ontwikkelen en handhaven van een kwalitatief hoogwaardige openbare ruimte een visie en het vermogen keuzes te maken.

In deze visie staan de richtlijnen voor deze keuzes. Dat blijft een boeiende en spannende exercitie, want we zijn allemaal betrokken bij de inzet: de toekomst van Vlaardingen!

Ruud van Harten
Wethouder Openbare Ruimte

SAMENVATTING

VISIE OPENBARE RUIMTE

De openbare ruimte definieert een stad. Denk aan de Visbank, Het Hof, Oranjepark of de Markt. Ook in de buurt bepaalt de openbare ruimte hoe wij over een plek denken. Zijn er voldoende parkeerplaatsen in de straat? Is er genoeg licht waardoor mensen zich veilig voelen? In het kort: de openbare ruimte doet ertoe. Een prettige openbare ruimte vergroot het woonplezier, trekt mensen aan en versterkt de economie.

Om te zorgen dat Vlaardingen de openbare ruimte krijgt die het verdient, heeft de gemeente met ongeveer tachtig inwoners, ondernemers, de brandweer, politie, de woningbouwcoöperatie en andere belanghebbenden bepaald wat belangrijk is voor de openbare ruimte.

Of je het nu aan jongeren, de andere bewoners of de specialisten vraagt, over de waarden van de openbare ruimte zijn ze het allemaal eens: een goede openbare ruimte heeft identiteit, is gastvrij en bruikbaar, biedt ruimte voor betrokkenheid en leidt tot gezondheid en duurzaamheid.
Aan deze waarden werken we. Want onze openbare ruimte moet ertoe doen voor Vlaardingers. Onze openbare ruimte verbetert het leefklimaat, voegt waarde toe en is van belang voor de gebruikers. Vanuit deze visie beoordelen we plannen, maken we keuzes en verbinden we onze openbare ruimte met andere maatschappelijke uitdagingen.

Om de Vlaardingse openbare ruimte te verbeteren is deze visie ten eerste ontwikkeld met belanghebbenden. Ten tweede zijn de waarden vertaald naar de praktijk. Ten slotte bedachten we een strategie en hulpmiddelen om de visie uit te voeren. We gaan niets nieuws doen, geen lijst met nieuwe projecten, maar we haken aan bij bestaand beleid en benutten de kansen bij het maken van plannen en projecten. De waardencatalogus, de vragenlijst openbare ruimte en de ambassadeurs helpen hierbij.

SAMENVATTING

DE 4 WAARDEN VOOR VLAARDINGEN

Kunst en bijzondere objecten geven de ruimte iets extra's en maken de plek aantrekkelijker.

1 IDENTITEIT

Vlaardingen heeft een aantal gebieden met een sterke eigen identiteit, zoals de Rivierzone, het centrum en het Oranjepark. Maar er zijn er ook gebieden waar de identiteit minder sterk is. Waar ligt dat aan? Plekken zonder identiteit missen eigenheid, ze missen een unieke waarde. De opdracht is dus duidelijk: we moeten de openbare ruimtes van Vlaardingen een identiteit meegeven. Want een ruimte met een sterke identiteit voegt waarde toe aan de stad.

2 GASTVRIJ EN BRUIKBAAR

Goede openbare ruimte is gastvrij en bruikbaar. Dit is van belang, omdat mensen pleinen, straten en groen op verschillende manieren gebruiken. Hoe meer belanghebbenden in een ruimte terechtkunnen, des te meer (sociaal) waardevast is de ruimte. Een gastvrije en bruikbare plek is ook veilig. Dit betekent dat een plek er goed uit moet zien, zonder losse stoeptegels of kapotte speeltoestellen, maar ook dat de verlichting in orde is en er genoeg mensen gebruik van maken.

3 GEZOND

Met een aantrekkelijke openbare ruimte gaan mensen sneller naar buiten, waar ze vervolgens ook meer bewegen. Een aantrekkelijke buitenruimte heeft voldoende paden voor fietsers en voetgangers. Maar ook een klimboom voor de kinderen of een vuurplaats om 's avonds omheen te zitten.

4 DUURZAAM

Ten slotte is een goede openbare ruimte duurzaam. Een openbare ruimte waar Vlaardingers aan zichzelf en het milieu kunnen werken, laat dit zien. Bijvoorbeeld met een wandelpad door een wei met stieren. Want zelfs de meest fanatieke stadsmens heeft op zijn tijd behoefte aan natuur. Alleen met zo'n groene uitvalsbasis is een stad een gezonde plek om te leven.

INHOUD

VISIE OPENBARE RUIMTE

Waarom een visie pagina 13
De opgave pagina 15
Wie doet wat pagina 15
Ontwikkeld met Vlaardingers pagina 16
De ambitie pagina 19

CATALOGUS VAN VIER WAARDEN
WAARDE 1: IDENTITEIT

Het belang van verhalen pagina 22
Unieke waarde pagina 22
Trots en betrokkenheid pagina 23
Versmelten met de stad pagina 23
Publiek of privaat pagina 23

WAARDE 2: GASTVRIJ EN BRUIKBAAR

Voor iedereen pagina 24
Uitnodigend pagina 25
Veilig pagina 25
Comfort pagina 25

WAARDE 3: GEZOND

Naar buiten pagina 26
Mens en natuur pagina 26
Ontmoeting pagina 27

WAARDE 4: DUURZAAM

Duurzaam verantwoord pagina 28
Signaalwaarde pagina 28
Duurzaam eigenaarschap pagina 28
Innovatie pagina 29

VISIE IN ACTIE

1 Inleiding pagina 32
2 Strategie: wel waarde en verbinding; geen nieuwe projecten pagina 32
3 Relatie tot bestaande Vlaardingse programma's pagina 32
Kader: Samenhang maatschappelijke opgaven tot de visie openbare ruimte pagina 33
4 Hulpmiddelen voor betere plannen en beleid pagina 34
4a De waardencatalogus pagina 34
4b Vragenlijst openbare ruimte pagina 34
4c Ambassadeurs pagina 34
5 Doen! pagina 34

MET DANK AAN

Medewerkers aan deze Visie Openbare Ruimte Vlaardingen pagina 35

COLOFON

Wie, wat, waar? pagina 35

visie openbare ruimte

VISIE OPENBARE RUIMTE

1 WAAROM EEN VISIE?

De openbare ruimte definieert een stad. Denk aan Central Park in New York, de Eiffeltoren in Parijs of de Dam in Amsterdam. Vlaardingen is weliswaar wat kleiner dan deze steden. Toch werkt de openbare ruimte voor de inwoners en bezoekers van Vlaardingen op dezelfde manier. Denk alleen maar aan de Visbank, de Twist en de Broekpolder. Ook in de wijk en in de straat bepaalt de openbare ruimte hoe wij over een plek denken. Zijn er voldoende parkeerplaatsen in de straat, waardoor de wijk er niet volgepropt uitziet? Is er genoeg licht waardoor mensen zich veilig voelen?

In het kort: de openbare ruimte doet ertoe. Een prettige openbare ruimte vergroot het woonplezier, trekt mensen aan en versterkt de economie van de stad.

De gemeente wil dat de Vlaardingse buitenruimte ervoor zorgt dat mensen prettig in de stad kunnen wonen en ontspannen. Dat gaat niet vanzelf. Het is nodig hiervoor scherp op het netvlies te hebben wat de waarde van de openbare ruimte is en hoe we deze waarde kunnen versterken. Deze opgave is de afgelopen decennia steeds moeilijker geworden. We leven met steeds meer mensen in een ruimte die niet meegroeit. Daarbij krimpt het budget van de gemeente. Reden te meer voor een helder plan voor de openbare ruimte. In paragraaf 2 lichten we deze opgave toe.

De gemeente heeft samen met bewoners bepaald welke waarden in de openbare ruimte ertoe doen. Deze waarden staan centraal in deze visie. Samen met alle betrokkenen hebben we benoemd wat we belangrijk vinden. U leest hierover meer in paragraaf 3.

Maar daar laten we het niet bij. We willen dat de Vlaardingse buitenruimte deze waarden ademt. Want dan heeft de buitenruimte voor Vlaardingers pas echt betekenis; dan maken we het leven in de stad aangenamer. In paragraaf 4 staat waar Vlaardingen naartoe werkt.

Vervolgens hebben we de benoemde waarden uitgewerkt. Daarover leest u meer in Deel II van dit document.

Ten slotte staat in Deel III hoe we deze waarden in de praktijk brengen: visie in actie.

2 DE OPGAVE

De laatste decennia is het leven in een stad complexer geworden. Ook is de rol van de overheid veranderd. Overheden hebben tegenwoordig meer oog voor verschillende belangen, maar minder budget. Dit heeft effect op de openbare ruimte. Zo kan de gemeente Vlaardingen niet zoals vroeger bepalen wat goed is voor de stad door alleen te kijken naar wat het kost en wat technisch het meest voor de hand ligt. Het zijn de waarden van de Vlaardingers die bepalen wat goed is voor de stad.

Het is bij beslissingen over de openbare ruimte onmogelijk te voldoen aan alle verwachtingen van alle belanghebbenden. Het is wel mogelijk onze beslissingen te baseren op de waarden die aansluiten bij deze verwachtingen. Want als je met de verschillende belanghebbenden in gesprek gaat, praat je al snel over wat de bijdrage van de openbare ruimte is. Dat is de waarde. Het perspectief van de gemeente kantelt daarom van de techniek naar de waarden.

Als je bij de openbare ruimte uitgaat van waarden, zorg je voor meer samenhang tussen praktische plannen en strategisch beleid. Ook krijgen we met deze aanpak de verschillende wensen en belangen goed in beeld. En we kunnen beter bepalen aan welke belangen we tegemoet komen en aan welke niet. Door uit te gaan van de waarden, wensen en belangen van de Vlaardingers zelf, blijkt uit deze visie duidelijk het belang van de buitenruimte voor Vlaardingen.

Dat maakt samenwerken makkelijker, maar helpt ook bij het op waarde schatten en gebruiken van innovatie. De waarden laten zien hoe samenwerking én innovatie bijdragen aan een goede, gewaardeerde openbare ruimte.

WIE DOET WAT?

“Mensen betrek je niet, zij betrekken zichzelf”

Soms is het niet direct duidelijk wie voor een plek zou moeten zorgen. Denk aan een pleintje tussen woningen, een parkeerterrein bij het winkelcentrum, een grasveld voor de school of rozenperken in een chique straat. In die situaties heeft de openbare ruimte geen strikt publiek belang, maar zijn er wel meerdere belanghebbenden.

Het is logisch (en wenselijk) dat belanghebbenden verantwoordelijkheid nemen voor een deel van de ruimte die zij gebruiken. Daarom zoekt de gemeente samenwerking met deze groepen. Dit is goed voor de ruimte. Belanghebbenden weten vaak precies wat een plek nodig heeft. Met dit maatwerk wordt de openbare ruimte van Vlaardingen schoner, mooier en beter bruikbaar. Zo zorgen belanghebbenden voor een unieke waarde van die ruimte.

MAATSCHAPPELIJKE ONTWIKKELINGEN

De druk op de openbare ruimte is de laatste decennia fors toegenomen. Zo is het gemiddelde gezin kleiner, terwijl het gemiddelde woonoppervlak en het autobezit zijn gegroeid. Economische groei zorgt daarnaast voor meer bedrijvigheid, wat tot een intensiever gebruik van de ruimte leidt. We doen dus meer met dezelfde ruimte. Decennialang lag de aandacht op uitbreiding van de stad. Nu ligt de aandacht op onderhoud van de bestaande stad.
Tegelijkertijd verwachten mensen veel meer van de openbare ruimte. Want individualisering heeft voor een grotere variatie in leefpatronen en voorkeuren gezorgd. En de groei van de vrijetijdsindustrie stelde nieuwe eisen aan stadscentra, parken en buitengebieden. Dit zorgt voor belangenconflicten. Want mensen willen niet allemaal hetzelfde in de buitenruimte.
Ook zijn veel gebieden in de openbare ruimte inmiddels 40 tot 60 jaar oud. Dit betekent dat groot onderhoud en vervanging in zicht komen. Waar dit niet gebeurt, wordt het reguliere onderhoud steeds duurder. Daarnaast verandert de verhouding tussen de overheid, inwoners en de markt. De overheid ontwikkelt en beheert de voorzieningen in de stad niet langer als een alleenheerser. Deze rol wordt steeds meer met belanghebbenden en bewoners gedeeld. Ook dit beïnvloedt de openbare ruimte. Ten slotte speelt technologie een steeds grotere in het dagelijks leven. We kopen kleren en boodschappen online. We boeken via internet een vakantie. We spreken af via Whatsapp. Maar we zoeken ook online informatie over routes en bestemmingen in de stad. De functie en vorm van de buitenruimte passen zich aan deze vernieuwing aan. Een aantrekkelijke plek om te verblijven en mensen te ontmoeten blijft een belangrijke functie van een locatie. Sterker nog, dit neemt in belang toe, want de vindbaarheid van locaties wordt steeds minder bepaald door de bewegwijzering op borden, maar eerder door populariteit en slimme marketing. De stad is nooit af.

3 ONTWIKKELD MET VLAARDINGERS

Vlaardingers stonden bij de totstandkoming van deze visie centraal. Dat kan ook niet anders, want zij zijn dé gebruikers van de openbare ruimte. Dus hebben wij samen met ongeveer tachtig inwoners, ondernemers, vertegenwoordigers van de brandweer, de politie, de woningbouwcoöperatie en andere belanghebbenden in het voorjaar van 2013 nagedacht over de Vlaardingse openbare ruimte. Tijdens een boeiende bijeenkomst in de Stadsgehoorzaal gaven zij hun visie op de openbare ruimte in hun stad. Dit leidde tot een wolk van woorden. In deze wolk is zichtbaar wat volgens de Vlaardingers zelf de belangrijkste waarden voor de openbare ruimte zijn.

Met de antwoorden ging een kleinere groep van zo'n veertig mensen aan de slag. In drie workshops hebben zij de thema's uitgediept, met hulp van specialisten. Tijdens een feestelijke afsluiting in de Kroepoekfabriek presenteerden zij hun bevindingen aan elkaar, belangstellenden, ambtenaren en de wethouder. Het resultaat waren heldere visies over de openbare ruimte.

Technologische ontwikkelingen gaan razendsnel en maken het mogelijk preciezer om te gaan met energie. Elektrische fietsen zijn een mooi alternatief voor de auto. Sterkere lichtcellen en draadloze communicatie bieden nieuwe mogelijkheden voor interactieve toepassingen in parken, natuurgebieden en andere lastig bereikbare plaatsen.. En informatie via smartphones of opvolgers hiervan, maken in de toekomst bewegwijzering en bebording wellicht overbodig. Ook kunnen we in een tel grote hoeveelheden informatie binnenhalen. Dat maakt maatwerk, specialisatie en snelheid in het beheer en onderhoud van de openbare ruimte mogelijk. De vraag die rest is waartoe we de mogelijkheden willen gebruiken.

WAT VINDEN DE JONGEREN?

Jongeren en kinderen spelen (of hangen) vaak buiten. Dit maakt hen niet alleen tot deskundigen over de Vlaardingse openbare ruimte, ze zijn intensieve gebruikers; nu en in de toekomst. In december 2013 hebben jongeren daarom hun zegje gedaan over de toe- komst van de Vlaardingse openbare ruimte. Op school gingen zij met elkaar in debat over wonen en leven in Vlaardingen. Dit leidde tot de Jongerenvisie Openbare Ruimte.

Jongeren denken graag mee over de inrichting van plekken. Ook willen ze erop letten dat hun gedrag anderen geen ergernis bezorgt.

De jongerenvisie en deze visie hebben veel overeenkomsten. Jongeren blijken grotendeels dezelfde waarden belangrijk te vinden als volwassenen. Dit is geen wereldschokkend nieuws, maar wel belangrijk om vast te stellen.

Identiteit: een plek heeft volgens jongeren identiteit als je elkaar er kunt ontmoeten. Mooi hoeft deze plek niet te zijn, wel prettig in gebruik. Dit gaat om plekken in de wijk en de stad.

Bruikbaar en gastvrij: Jongeren vinden het belangrijk dat ze welkom zijn. Zij hoeven geen alleenrecht en willen ook rekening houden met anderen. Maar ze maken wel wat meer lawaai dan anderen. Bruikbaar betekent voor jongeren elkaar kunnen ontmoeten, liefst met een afdakje. En de plek moet bereikbaar zijn voor de fiets en scooter. Liever niet te ver uit het zicht, want dat geeft een onveilig gevoel.

Gezond: jongeren willen graag plekken om te sporten in de wijk, zoals basketbalveldjes en een skatepark. Het is belangrijk dat deze sportplaatsen openbaar toegankelijk zijn, want jongeren gaan graag naar buiten.

Duurzaam: Het valt de jongeren op dat er vaak voetbalveldjes worden aangelegd, terwijl zo ook andere sporten leuk vinden. Jongeren zouden dus graag meer variatie zien.

4 DE AMBITIE

Of je het nu aan jongeren, volwassenen of specialisten vraagt, over de waarden van de openbare ruimte zijn ze het allemaal eens:

een goede openbare ruimte maak je samen, heeft identiteit, is bruikbaar, gastvrij en veilig en leidt tot gezondheid en duurzaamheid.

De openbare ruimte moet herkenbaar zijn, het moet een eigen identiteit hebben. Verder moet een plek gastvrij, bruikbaar en veilig zijn. De ruimte moet verschillende gebruikers uitnodigen en aan hun (afwijkende) wensen voldoen. In zo'n ruimte willen Vlaardingers graag buiten zijn. Dat is gelukkig al op een aantal plekken in Vlaardingen het geval. Veel Vlaardingers voelen zich betrokken bij hun eigen plekje in de stad. Deze betrokkenheid benutten we. We zorgen samen voor het beheer, onderhoud en activiteiten in de openbare ruimte. We vinden het verder belangrijk dat Vlaardingen een veilige, gezonde en duurzame stad is, waar innovatie zijn weg vindt. Dit zien we terug in de buitenruimte.

Aan deze waarden werken we. Want zo werken we aan een openbare ruimte die ertoe doet voor Vlaardingers. Een openbare ruimte die het leefklimaat verbetert, waarde toevoegt en voor de gebruikers van belang is. Hoe? Dat leest u in de Deel II: de waardencatalogus.

Met deze visie beoordelen we plannen, maken we keuzes en verbinden we de openbare ruimte met andere maatschappelijke uitdagingen. Deze visie gaan we realiseren. Hoe? Dat leest u in Deel III: visie in actie.

catalogus van Vier Waarden

WAARDE 1: IDENTITEIT

HET BELANG VAN VERHALEN

Een eigen identiteit is belangrijk voor de stad. Een plek met een sterke identiteit heeft een ziel. En plaatsen met een ziel hebben een sterke aantrekkingskracht op bewoners, bezoekers en bedrijven.

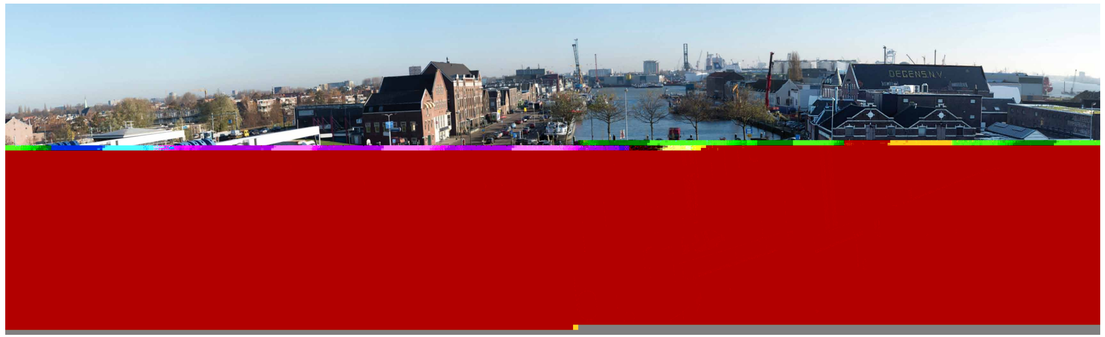
Vlaardingen heeft een aantal gebieden met een sterke eigen identiteit, zoals de Rivierzone, het centrum en het Oranjepark. Verder geven de archeologische en historische locaties Vlaardingen een eigen verhaal. Ook het bijzondere groen (onder meer van de Broekpolder) is onderdeel van de Vlaardingse identiteit. Goede voorbeelden zijn de Touwbaan en de Oude Haven. Dit zijn belangrijke plaatsen in Vlaardingen waar de functie en historie in één oogopslag duidelijk zijn.

Naast de plekken met een krachtige identiteit, zijn er ook gebieden waar de identiteit minder sterk is. Waar ligt dat aan? Plekken zonder identiteit missen vaak een verhaal; ze missen geschiedenis, belangen en eigenheid. Ze missen een unieke waarde. En dit is nou net een belangrijk kenmerk van identiteit.

UNIEKE WAARDE

Plekken met een sterke identiteit hebben vaak een unieke waarde: een mooie bomenrij, een prachtige plek om te zitten of een fantastisch uitzicht. In het kort, iets dat een sterke positieve emotie oproept. Toch is de unieke waarde niet het enige kenmerk van identiteit. Een leeg strand is immers vooral heel erg leeg. Toch heeft een leeg strand een sterkte identiteit. Eenvoud en authenticiteit doen er ook toe.

Voorbeelden van plekken zonder identiteit zijn er ook: de anonieme plek, de plek die je niet onthoudt. Zo'n buitenruimte heeft een negatieve invloed op de omgeving. De opdracht is dus duidelijk: we moeten de openbare ruimtes van Vlaardingen een identiteit meegeven. Want een ruimte met een sterke identiteit voegt waarde toe aan de stad.



*Kunst kan verwijzen naar het erfgoed en de cultuurhistorie en zo mensen bewust maken van het lokale erfgoed. Dit geeft de woonplaats een eigen identiteit en creëert daarmee verbondenheid met de plek waar men woont.**

* Cultuurbeleid Vlaardingen, de creatieve stad 24 januari 2013

TROTS EN BETROKKENHEID

Vlaardingers zijn trots op plekken met identiteit. Het zijn de Vlaardingers zelf die zorgen dat de plek zijn waarde behoudt en de plek zoveel mogelijk gebruiken. Bijvoorbeeld het Westerhoofd waar je op het bankje de langsvarende schepen kan bekijken. Of de prachtige boom waaronder mensen graag picknicken. Het standbeeld waarvan de omgeving 'als vanzelfsprekend' schoon blijft. Identiteit uit zich in betrokkenheid. Deze betrokkenheid is soms bescheiden, als de buurt zorgt dat de ruimte schoon blijft. Soms wat enthousiaster, als de buurt activiteiten op de plek organiseert. En soms zo intensief dat protest in de lucht hangt als iemand de plek wil veranderen. Ruimtes met identiteit zijn minder gevoelig voor vandalisme en vervuiling. Daar blijf je vanaf.

VERSMELTEN MET DE STAD

Plaatsen met identiteit passen als een puzzelstuk in de omgeving. De inrichting en het beheer van deze plekken verlopen vaak moeiteloos. De planten passen bij de rest van de buurt. De materialen en vormen horen bij de geschiedenis van de straat of wijk. Of de plek haakt juist aan bij een doorlopende reeks bomen, een rivier of een weg die als een rode draad door de stad loopt. Identiteit en lokale binding zijn twee zijden van dezelfde munt.

Een goed voorbeeld is Brug de Twist uit 2009. Deze brug verbindt de stad met de natuur. Groen bepaalt immers een groot deel van de identiteit van Vlaardingen

PUBLIEK OF PRIVAAT

De openbare ruimte valt onder verantwoordelijkheid van de gemeente. Tegelijkertijd is de buitenruimte bedoeld voor verschillende gebruikers. Daarom kijkt Vlaardingen door de bril van zoveel mogelijk Vlaardingers. In sommige situaties is het publieke karakter overduidelijk, zoals bij een doorlopend fietspad of een snelweg. Maar veel situaties zijn niet zo zwart- wit. Ook in de grijze gevallen biedt Vlaardingen de mogelijkheid voor participatie in de buitenruimte. Daarom zijn ruimten die niet strikt publiek zijn, maar ook een meer privaat tintje hebben, een waardevolle aanvulling op de stad.

Een goed voorbeeld is Buurtproject Hoogkamerstrook in de Westwijk naast OBS Prins Willem Alexander. Dit is (tijdelijk) een braakliggend terrein. Buurtbewoners hebben hier van wilgen zelf een raster gemaakt zodat het terrein er netjes uitziet.

WAARDE 2: GASTVRIJ EN BRUIKBAAR

VOOR IEDEREEN

Een buitenruimte klopt als deze voor gebruikers waardevol is. De gebruiker maakt bijvoorbeeld de afweging: kan ik door deze buitenruimte goed ontspannen, prettig wonen of goed parkeren? Als het antwoord ja is, heeft de plaats gebruikswaarde. De meeste ruimten hebben meerdere functies. Mensen gebruiken pleinen, straten en groen op verschillende manieren. De een wil zijn auto kwijt, de ander wil er spelen, een derde wil er zijn hond uitlaten. Een goede buitenruimte is door verschillende groepen te gebruiken. Niet alleen omdat dit eerlijk is, maar ook omdat hieruit blijkt dat geen gebruiker belangrijker is dan de ander. Het is verder ook belangrijk dat het gebruik niet aan teveel regels is gebonden. Dan wordt de ruimte voor andere mogelijkheden onbruikbaar.

In Vlaardingen zien we dit terug in onze parken en in de Broekpolder. Jong of oud, sportief of lekker loom, iedereen kan dit gebied gebruiken.

Niet iedere plek in de openbare ruimte kan aan alle wensen voldoen. En niet iedereen is op dezelfde manier betrokken bij een plek. Voor de een volstaat een afwachtende houding, terwijl een ander - bijvoorbeeld door economische belangen – zelfs medezeggenschap zou willen hebben. Maar een mix waar verschillende vormen van betrokkenheid naast elkaar kunnen bestaan, maakt een ruimte interessant. Hoe meer belanghebbenden in een ruimte terechtkunnen, des te meer (sociaal) waardevast is de ruimte.

Het is een heel gepuzzel om aan wensen te voldoen en tegelijkertijd een balans te vinden als dit niet voor iedereen mogelijk is. Een voorbeeld hiervan is het fietspad in de 2e van Leyden Gaelstraat. Op dit fietspad zijn auto's te gast. Het is vaak lastig een evenwicht te vinden tussen de wensen van gemotoriseerd verkeer en de wensen van andere weggebruikers.

UITNODIGEND

Een goede plek in de buitenruimte laat zien waar zij voor bedoeld is. Een doeltje suggereert bijvoorbeeld 'voetbal mag hier', twee bankjes zeggen 'ga gerust zitten'. We zijn zuinig met laten weten wat niet mag. Denk bijvoorbeeld aan verkeersborden, camera's of palen die de doorgang versperren. Dit zijn gastvrijheidskillers die de waarde van onze openbare ruimte ondermijnen.

Op een plek die door Vlaardingers zelf zorgvuldig onderhouden is, horen anderen zich respectvol te gedragen, maar zij mogen zich niet uitgesloten of ongewenst voelen. Het is dus belangrijk dat de ruimte altijd toegankelijk blijft voor andere (nieuwe) gebruikers, ook bij participatieprojecten.
Ook de verzorging draagt bij aan het plezier waarmee Vlaardingers de openbare ruimte gebruiken. Een schone en hele buitenruimte geeft een welkom gevoel.

Goede voorbeelden zijn de verzorgde stadsentrees bij station Vlaardingen Oost en Vlaardingen West. Zij geven de bezoeker een welkom gevoel. Maar ook de groene straten met geveltuinen zijn een meerwaarde voor de stad. De aandacht die bewoners hiermee aan de openbare ruimte geven, maken de straat aantrekkelijk en uitnodigend.

VEILIG

Een bruikbare en gastvrije ruimte is veilig. Maar veiligheid is zowel een subjectieve als een objectieve waarde. Objectief waar het gaat om kenmerken die meetbaar bijdragen aan onveiligheid. Denk aan losse stoeptegels, slecht onderhouden speeltoestellen of een onduidelijke verkeerssituatie. Dit heeft gevaarlijke situaties tot gevolg. Subjectief waar het gaat om kenmerken die niet meetbaar, maar wel voelbaar zijn. Vaak gaat het hierbij over een prettige doorkijk of goede verlichting. Kortom: een overzichtelijke situatie. Veiligheid heeft daarnaast ook te maken met hoe 'thuis' de gebruiker zich in de ruimte voelt. Is de omgeving bekend? Zijn de mensen vertrouwd? Een ruimte met een hoge gebruikerswaarde is in het algemeen ook een ruimte die veilig voelt.

COMFORT

Het is belangrijk dat er voldoende middelen aanwezig zijn om de ruimte goed te gebruiken. Denk bijvoorbeeld aan een fietsenstalling, parkeerplek en een bankje met een afvalbak.
Een ruimte moet niet alleen goed gevuld zijn, de ruimte moet ook aangenaam voelen. Dat vereist het juiste formaat en voldoende beschutting. Daarbij heeft goede buitenruimte ook een matigende invloed op weer en wind. Een prettige plek maakt 's winters gebruik van de zon en is 's zomers door schaduw juist niet te warm. En zo'n plek houdt de juiste balans tussen zichtbaarheid en anonimiteit, zodat mensen zich beschermd voelen, maar niet bekeken.

WAARDE 3: GEZOND

NAAR BUITEN

Mensen gedragen zich gezond als de gezonde optie het meest voor de hand ligt. Denk aan de auto die uitnodigend voor de deur staat terwijl de fiets in de schuur tussen de grasmaaier en tuinstoelen staat geklemd. Of denk aan de lift naast de ingang, terwijl het trappenhuis nergens te vinden is.

Met een aangename openbare ruimte gaan mensen sneller naar buiten, waar ze vervolgens ook meer bewegen. En dat is goed voor de gezondheid

Plezier werkt aanstekelijk. Als we zien dat iemand het buiten naar zijn zin heeft, willen we zelf ook naar buiten. Dit verklaart tevens het fenomeen dat terrasjes helemaal leeg zijn óf afgeladen vol.

Een aantrekkelijke openbare ruimte lokt dus vanzelf gebruikers. Dat kan met voldoende paden voor fietsers en voetgangers. Maar ook met een klimboom voor de kinderen of een picknickbank om op uit te rusten en van een mooi uitzicht te genieten. Dit alles maakt dat mensen naar buiten trekken en – als ze daar toch zijn – meer bewegen.

Het 'klavertje 4' is een voorbeeld van een doorgaande wandelroute die de vier delen van Vlaardingen doorkruist. De wandeling loopt door het groen, maar ook gewoon door de stad en laat zo alle gezichten van Vlaardingen zien.

MENS EN NATUUR

Gezondheid en duurzaamheid zijn aan elkaar verbonden. Gezond voor de mens, is ook vaak goed voor het ecosysteem. Een openbare ruimte waar Vlaardingers aan zichzelf en het milieu kunnen werken, laat deze relatie ook zien. Bijvoorbeeld door de groei en bloei van bloemen en planten zichtbaar te maken. Of met een wandelpad door een wei met stieren. Of door de zintuigen aan het werk zetten. Denk aan het geluid van ritselend gras of kabbelend water, de geur van natte aarde en ontluikende bloemen of een boom die beschutting geeft tegen de felle zon. Als je de natuur voelt, krijg je er meer waardering voor. Een goed voorbeeld is het Klauterwoud, waar kinderen ervaren hoe leuk ze in de gewone natuur kunnen spelen.

Zelfs de meest fanatieke stadsmens heeft op zijn tijd behoefte aan de natuur. In steden is het warmer en (door de bestrating) droger dan in de natuur. Mensen moeten naar buiten kunnen. Naar een ruimte zonder asfalt, tegels, staal en beton. Naar een ruimte met natuurlijke schaduw en fris groen. Alleen met zo'n groene uitvalsbasis is een stad gezond.

ONTMOETING

Een mens heeft daarnaast contact met andere mensen nodig. Dat kan gaan om alledaags contact met de buren, met vrienden genieten op een terras, maar ook een toevallige ontmoeting op een wandelpad. Buiten zijn ontspant namelijk nog meer als we anderen zien die óók buiten ontspannen.

WAARDE 4: DUURZAAM

DUURZAAM VERANTWOORD

Als we een buitenruimte aanleggen houden we er rekening mee dat de materialen verantwoord zijn gefabriceerd. Gezond voor de mens en gezond voor de leefomgeving. In Vlaardingen maar ook daarbuiten. Daar horen robuuste materialen en voorzieningen bij die weinig onderhoud kosten. Als er wel onderhoud nodig is, doen we dat op een manier die gezond is voor mens en leefomgeving.

SIGNAALWAARDE

Slimme voorzieningen in de openbare ruimte maken ons bewust van het belang van duurzaamheid. Denk aan een parkeerautomaat die op een lichtcel werkt, een oplaadpaal voor de elektrische auto en een bordje dat voorbijgangers attendeert op een bijzondere boom. Het is belangrijk dat deze voorzieningen in de publieke ruimte zichtbaar zijn.

DUURZAAM EIGENAARSCHAP

Als we eenmaal hebben besloten een openbare ruimte aan te pakken, leggen we alle wensen voor die plek naast elkaar. En overwegen we of het ook tijd is voor andere veranderingen. Wordt de bushalte verlegd? Misschien geeft dat het plaatselijke eetcafé nét wat ruimte voor een paar tafeltjes voor de deur. Dat is slimmer werken.

Goede voorbeelden van het delen van verantwoordelijkheid zijn de zogenoemde wijkdeals. Hierbij maken bewoners en de gemeente afspraken over het onderhoud.

Samenwerking in de openbare ruimte is voor Vlaardingen een grote kans; de kans om Vlaardingers aan te spreken op hun unieke bijdrage aan de openbare ruimte. Om iets mogelijk te maken wat de gemeente alleen niet was gelukt. Tegelijkertijd zijn we realistisch over de mogelijkheden van de samenwerking. Liever iets kleinschaligs dat een duurzame toekomst heeft, dan hemelbestormende plannen die niet houdbaar blijken.

Dit neemt niet weg dat juist samenwerking kan zorgen voor beter beheer dat meer op de gebruiker gericht is. Sommige locaties lenen zich zo goed voor een grotere rol voor de gebruikers, dat het getuigt van goed rentmeesterschap als de gemeente hier gebruik van maakt.

INNOVATIE

Bij duurzaam past ook dat we meebewegen met de tijd. We maken gebruik van slimme, nieuwe innovaties: parkeerautomaten in het buitengebied ontvangen stroom via lichtcellen en fietsenstallingen hebben oplaadpunten voor e-bikes. Zo vernieuwen we de openbare ruimte op een manier die onze natuurlijke hulpbronnen en menselijke inzet het minst belast.

visie in actie

1 INLEIDING

'Een goede openbare ruimte maak je samen, heeft identiteit, is bruikbaar, gastvrij en veilig, biedt ruimte voor betrokkenheid en leidt tot gezondheid en duurzaamheid.'

Een park in de Westwijk is anders dan een park in het centrum. Een parkeerplaats in de Vettenoordse Polder heeft een andere waarde dan een parkeerplaats in Holy. Ieder stukje openbare ruimte is anders. Iedere situatie vraagt om een eigen afweging. Daarom past het niet om in deze visie per waarde bindende doelstellingen op te nemen. De visie valt echter wel in te passen in de plannen per gebied. Door in gesprek te gaan met bewoners en belanghebbenden bekijken we samenhangend hoe de openbare ruimte stapsgewijs aan waarde kan winnen. Als we vanuit het perspectief van de hele gemeente kijken, laat deze visie zien wat de openbare ruimte betekent voor het versterken van maatschappelijke functies in de stad.

Na het waarom (Deel I) en het wat (Deel II), zijn we nu dus aangekomen bij de strategie. Oftewel, hoe gaan we het doen? Deze strategie bestaat uit drie stappen. Ten eerste leggen we de relatie uit tussen de visie en de strategische programma's. Ten tweede geven we aan hoe deze visie tactisch en praktisch in de openbare ruimte past. Ten slotte bespreken we de rol van de gemeente hierbij.

2 STRATEGIE: WEL WAARDE EN VERBINDING; GEEN NIEUWE PROJECTEN

Deze visie laat zien hoe de openbare ruimte waarde toevoegt aan de kwaliteit van leven, wonen en ondernemen in Vlaardingen. Dat doen we door een slimme combinatie met bestaande plannen. We gaan niet méér doen, maar benutten wel de kansen. We zorgen dat de maatschappelijke waarde van de openbare ruimte een vaste plaats krijgt in nieuw beleid, gebiedsvisies, projectdefinities, beheerplannen en meldingen in de buitenruimte. Kortom, overal waar beslist wordt over de openbare ruimte.

We gebruiken daarvoor een nieuwe methode. Vroeger keken we vooral naar de technische kanten. Is een klimrek veilig? Is het bankje kapot? Is het plein schoon? Nu bekijken we in de openbare ruimte de maatschappelijke waarde en proberen deze te verbeteren. Met minder middelen meer impact en een betere aansluiting bij wat de gebruiker wil.

3 RELATIE TOT BESTAANDE VLAARDINGSE PROGRAMMA'S

De openbare ruimte heeft pas nut als het tegemoet komt aan de behoeftes van bewoners en ondernemers. Zo voegt de buitenruimte waarde toe. Om dit te bereiken mogen we de verschillende buitenruimtes niet in isolement zien. Voor het beste resultaat is alles met elkaar verbonden. De Visie Openbare Ruimte hangt daarom samen met de stadsvisie, de ruimtelijke structuurschets, de verschillende actieplannen en de gebiedsprogramma's. Hieronder volgt een overzicht van de waarde die deze plannen toekennen aan de openbare ruimte in Vlaardingen.

ACTIEPLAN WONEN

Sinds 2008 heeft Vlaardingen het Actieplan Wonen. Dit plan verbetert wonen in Vlaardingen. Dit kan met mooie woningen, goede voorzieningen en een prima openbare ruimte. De Visie Openbare Ruimte definieert deze waarde voor de openbare ruimte.

ACTIEPLAN ECONOMIE

Met het Actieplan Economie wordt Vlaardingen aantrekkelijker voor bedrijven en investeringen. Daarvoor moeten het leefmilieu, de economie en de bereikbaarheid in balans zijn. De openbare ruimte speelt hierin een cruciale rol, want een stad waar bedrijven zich graag vestigen bruist in winkels en op kantoor, maar zeker ook op straat en in het park.

PROGRAMMA DUURZAAMHEID

Met het programma Duurzaamheid wordt Vlaardingen schoon, groen en gezond. De Visie Openbare Ruimte toont op welke manier deze waarden ook een plek kunnen krijgen in de openbare ruimte.

GEBIEDSVISIES

In de gebiedsvisies worden de actieplannen per gebied in detail uitgewerkt. Op basis van de Visie Openbare Ruimte bepaalt de gemeente hoeveel geld uit het onderhoudsbudget naar het vergroten van de waarde van de openbare ruimte gaat. De gemeente gebruikt de Visie Openbare Ruimte verder om complexe problemen in de gebieden op te lossen.

SAMENHANG MAATSCHAPPELIJKE OPGAVEN TOT DE VISIE OPENBARE RUIMTE

SOCIALE SAMENHANG

Iedereen wil zich thuis voelen in de wijk. Dit vereist een wijk die er goed uitziet en bewoners die rekening houden met elkaar. Een gastvrije buitenruimte helpt ook. Net als plekken om samen te sporten, want daardoor gaan mensen vanzelf naar buiten. Ten slotte versterkt groen en natuur de betrokkenheid die bewoners voelen bij hun wijk.

GEZONDHEID

Sociaal contact is gezond. En een goede buitenruimte stimuleert sociaal contact. Als de buitenruimte goed is, spreken mensen sneller buiten af of komen elkaar spontaan tegen in het park. Dat is mooi, want de buitenlucht is gezond. Voor mensen die niet zo mobiel zijn, is het belangrijk dat de openbare ruimten toegankelijkheid zijn.

ECONOMISCHE VITALITEIT

Veel ondernemers willen een buitenruimte waar hun onderneming iets aan heeft. Dit is voor iedereen verschillend. De winkelier wil vooral goed bereikbaar zijn, terwijl het advocatenkantoor graag statig wil overkomen. Ook is de buitenruimte een manier om in contact te komen met klanten en een prima plek voor marketing. Dat kan heel opzichtig met knipperende gevelreclame, maar ook subtieler, bijvoorbeeld door een rotonde te sponsoren of een plantsoen te adopteren. En voor sommige bedrijven is de buitenruimte de plek waar zaken worden gedaan, zoals het café dat een terras opzet of de ijsverkoper die met zijn wagen door de straat rijdt.

Gezonde wereld

De buitenruimte is het meest zichtbare deel van de overheid, want iedereen komt buiten. Aan de staat van de buitenruimte kan je dan ook het beste afzien hoe hoog de overheid de lat legt voor een gezondere wereld. Want een duurzame buitenruimte is veel zichtbaarder dan een energiezuinig stadskantoor.

Aangenaam wonen

Er zijn mensen die veel waarde hechten aan een buitenruimte waarbij iedereen zich sterk betrokken voelt. Anderen willen liever een anonieme omgeving waar iedereen zijn eigen gang kan gaan. Een woonomgeving klopt echter pas als het uiterlijk bij de functie past. Als de identiteit past en de bruikbaarheid en gastvrijheid hiermee overeenkomen.

4 HULPMIDDELEN VOOR BETERE PLANNEN EN BELEID

De openbare ruimte krijgt een prominentere plek. Of het nu nieuw beleid betreft of een reactie op een klacht. Bij alle afwegingen over de openbare ruimte worden de waarden uit deze visie meegenomen.

De gemeente heeft drie hulpmiddelen om dit te doen:

a) De waardencatalogus (Deel II van deze visie).
b) Een vragenlijst over de openbare ruimte.
c) Ambassadeurs.

4a DE WAARDENCATALOGUS

De catalogus is bruikbaar voor:

- Strategische afwegingen.
- Een nieuwe inrichting van de buitenruimte.
- Programma's van eisen.

Daarnaast helpt de catalogus ook als een probleem vanuit verschillende perspectieven moet worden beoordeeld. Want door de waarden van de buitenruimte mee te wegen, kunnen we keuzes beter onderbouwen.

4b VRAGENLIJST OPENBARE RUIMTE

In de bijlage is een vragenlijst openbare ruimte opgenomen. Op deze lijst staat op welke manier de verschillende waarden op een locatie voorkomen. Zo hebben we de waarden meetbaar gemaakt. De vragenlijst is daardoor bruikbaar om voor, tijdens en na een plan precies te bepalen wat we bereikt hebben en nog willen bereiken. Dit kan via startgesprekken met burgers en belanghebbenden maar ook met een meting achteraf. Bij de vragenlijst is een gebruiksaanwijzing beschikbaar die aangeeft hoe en wanneer de lijst bruikbaar is.

4c AMBASSADEURS

De omslag van technisch georiënteerd werken naar werken vanuit maatschappelijke waarden is groot. Om deze verandering succesvol te laten verlopen zijn ambassadeurs van de Visie Openbare Ruimte aangesteld. Collega's en bestuurders kunnen bij deze ambassadeurs terecht voor hulp. De ambassadeurs nemen het werk niet over, maar denken mee en geven tips. Er zijn op elk niveau ambassadeurs beschikbaar.

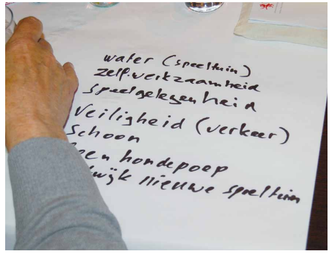
5 DOEN!

De Visie Openbare Ruimte geeft aan wat de waarde van de openbare ruimte is voor Vlaardingers. In deze visie is deze waarde verbonden met andere maatschappelijke opgaven, zodat duidelijk is welke keuzes we moeten maken voor een goede buitenruimte. We gaan geen nieuwe dingen doen. We gaan de dingen die we toch al deden anders doen. Bij voorkeur mét burgers en de waarden die zij toekennen aan de openbare ruimte.

Deze visie geeft dus weer hoe we via de buitenruimte meer waarde voor de stad kunnen creëren. Dat is aan ons allemaal. Niet op één moment, maar constant. De Visie Openbare Ruimte speelt van begin tot eind een rol bij alle plannen die de buitenruimte raken. Hiervoor zijn hulpmiddelen nodig. Deze zijn niet in beton gegoten. Met doorlopende feedback zorgen we ervoor dat de hulpmiddelen steeds beter worden. Als medewerkers moeite hebben met de uitvoering, staan de ambassadeurs klaar om te helpen.

Op deze manier is de Visie Openbare Ruimte in alle beleidsdocumenten, projecten en jaarwerkplannen herkenbaar. Zo zorgen we dat we bestaande middelen inzetten voor een openbare ruimte met identiteit. Een openbare ruimte die gastvrij, bruikbaar en van ons allemaal is. Een openbare ruimte die bijdraagt aan gezondheid en duurzaamheid. Een openbare ruimte voor Vlaardingers en door Vlaardingers.

MET DANK AAN:



Colofon: De Visie Openbare Ruimte is een uitgave van de gemeente Vlaardingen, mede mogelijk gemaakt door:
Tekst, redactie en traffic: Iefje realiseert visie
JSO
Stichting Kik'r
ToDo 2.0
Reinders Taal, Tekst en Toespraken
Vormgeving: Breejen Creatieve Communicatie
Druk: Stroomopwaarts MVS
Fotografie: Ron van Rossum, Joep van der Pal, Ronald Wilschut, Patrick Doodkorte
Datum: Februari 2014
Informatie: Voor alle informatie over de Visie Openbare Ruimte Vlaardingen, kunt u terecht op **www.vlaardingen.nl**

Gemeente Vlaardingen

Een goede openbare ruimte maak je samen, heeft identiteit, is bruikbaar, gastvrij en veilig, biedt ruimte voor betrokkenheid en leidt tot gezondheid en duurzaamheid.

Gemeente Vlaardingen