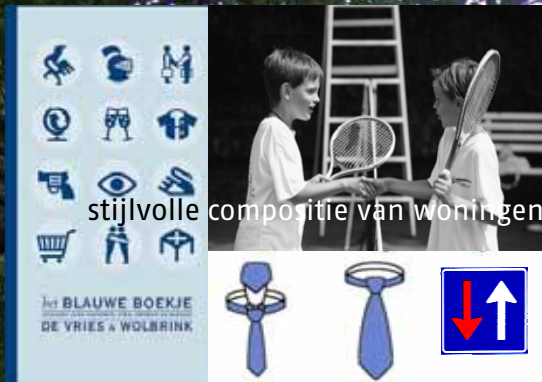


Identiteit Mariahoeve – Wellevend naar 2020



stijlvolle compositie van woningen en voorzieningen



respectvolle bejegening, zo hoort het hier



ruimte voor verjünging



ongestoord ontmoeten en recreëren in het groen



twee treden stijgen



aandacht voor wijk en burens



open naar afkomst, selectief in stijl

kernwaarde	distinctie	parkwijk	voorkomend	compositie	kordaat
emotie	op stand	geordend	vriendelijk	smaakvol	in goede handen
functie	burgerschap	ruimte	schoon/heel/veilig	variatie	arbiter
streven	allure	woonpark	zorgzaam	fusion	communale orde

De identiteit van Mariahoeve



Identiteit laat je kennismaken met Mariahoeve



De eerste bewoners waren trots dat ze in Mariahoeve mochten wonen, zij werden geselecteerd voor de wijk. In het begin woonden er veel jonge gezinnen die ook het draagvlak boden voor de vele buurtvoorzieningen die met zorg waren ingepast in de wijk. Mariahoeve liep daarin vaak voorop en had bijvoorbeeld de eerste peuterspeelzaal in Nederland. Maar de wijk verandert. Nu, vijftig jaar later, is Mariahoeve vergrijsd en de verouderde en goedkope woningvoorraad is een belangrijk deel van de sociale woningvoorraad in de stad. De nieuwe bewoners komen daardoor niet naar Mariahoeve omdat zij er zelf graag willen wonen, maar vanwege het goedkope aanbod. De wijk is voor de huidige bewoners (nieuw en oud) altijd het

Identiteit maakt communicatie over de wijk makkelijker



symbool geweest voor een kans op een beter leven. Zij gunnen dat de nieuwe bewoners ook, maar daar moet je als bewoner wel zelf voor kiezen. En dat gebeurt te weinig. De huidige bewoners ervaren het daardoor als een onbegonnen opgave om de nieuwe bewoners op te vangen en met hen het nieuwe Mariahoeve te maken, al willen zij dat wel heel graag. Zij willen daarom gesteund worden door professionals die zich daadkrachtig tonen in het oplossen van de huidige problemen en nieuw perspectief bieden voor de wijk.

Mariahoeve zoekt nieuwe inspiratie. 50 jaar geleden werd er uit het niets een nieuwe wijk gecreëerd, zeer actief door zowel professionals als bewoners. De wijk was toen de mogelijkheid hun eigen maatschappelijke positie te verbeteren. Die ambitie moet terug in een nieuw elan voor de wijk: jonge bewoners en meer kinderen die langere tijd in de wijk blijven en die helpen de sociale cohesie (opnieuw) te maken. En vooral een herstel van de woonkwaliteit naar een hedendaags aspiratieniveau. De wijk vraagt vernieuwing én behoud: een retro-innovatie. Retro omdat het oorspronkelijke ontwerp van Mariahoeve als een geschakeerde wijk, met ruimte en groen, met duidelijke afbakening tussen de buurten en smaakvolle variëteit, onlosmakelijk met Mariahoeve is verbonden. Retro ook ten aanzien van de identiteit van de wijk en de verwachting die bewoners ten opzichte van elkaar hebben: distinct, voorkomend, kordaat, met oog voor de sociale compositie van verschillende bewoners, de geordendheid van een parkwijk. Innoveren omdat de wijze waarop deze identiteit wordt onderhouden en gemaakt, nieuwe vormen vraagt: andere vormen van selectie, andere vormen van waarden overdracht en handhaving. Innoveren

Identiteit is bedoeld voor iedereen die plannen en ontwerpen maakt voor en in Mariahoeve



Het huidige aantal nieuwkomers dat zich niet voegt in de identiteit van de wijk is naar het oordeel van de bewoners te hoog. Dat leidt tot een verstoring van het sociaal evenwicht in de wijk. Een nieuwe vorm van selectie is nodig. Naar de ouderwetse selectie uit de jaren vijftig (inclusief huisbezoek) verlangt niemand terug. Een selectie op etniciteit of leeftijd past al helemaal niet bij Mariahoeve, een wijk waar variëteit juist heel belangrijk is. Een vorm van selectie die bij Mariahoeve past, is een communicatiecampagne over de identiteit van Mariahoeve waarin uitgelegd wordt wat voor bewoners bij Mariahoeve passen. Een campagne waarmee specifieke doelgroepen verleid worden naar Mariahoeve te komen. De communicatiecampagne zal ook nieuwe bewoners helpen om zelf te beoordelen of zij in Mariahoeve passen. Dat kan dan aan de orde komen in intake gesprek bij de woningcorporatie waarin nieuwe bewoners kennis kunnen maken met de wijk en de corporatie hen vertelt over de kernwaarden van Mariahoeve. Door selectieve plaatsing van nieuwe bewoners in de wijk, kan voorts voorkomen worden dat te veel mensen met dezelfde problemen bij elkaar in een portiek komen. Ook door het vernieuwen van het woningaanbod zullen groepen aangetrokken worden die het nieuwe Mariahoeve helpen maken: jonge gezinnen, interculturele groepen. Door prijs en kwaliteit worden deze bewoners

Identiteit biedt hen inspiratie, sturing en toetsing



selectief aangetrokken. Het werken met identiteit biedt voor professionals en bewoners een aangrijppingspunt om een eigen aanpak voor Mariahoeve te ontwikkelen, een die hoort bij Mariahoeve en past binnen het beleid en de bestaande regelgeving. De bewoners voelen zich verbonden met de wijk en zijn gedreven om de identiteit van Mariahoeve te maken en te bewaken. Dat doen ze onder meer door actief elkaar te wijzen op ongepast gedrag. Of door initiatieven zoals een welkomstcomité op te zetten, een preventieteam te organiseren, 'golden rules' te formuleren en portiekafspraken te maken. Het zijn voorbeelden waarmee de eigen cultuuroverdracht wordt vorm gegeven. In sommige gevallen is dat niet genoeg, bijvoorbeeld als te veel bewoners niet bereid zijn in te gaan op de uitnodigingen van medebewoners om voor burens en wijk te zorgen, of als de bereidheid tot vrijwilligerswerk te gering is. Initiatief nemen werkt (dan) vitaliserend. Daarmee kunnen doorbraken gerealiseerd worden. Vitaal leiderschap van professionals, dat aansluiting vindt bij bewoners door op de identiteit van Mariahoeve in te spelen, is daarbij een belangrijke steun. Krachtige voorzieningen in de wijk, zoals de British School en het verpleeghuis, kunnen een belangrijke bijdrage leveren aan het vitaliseren van de wijk. Daarbij passen ondernemende professionals die de verbinding met de wijk kunnen maken.

Identiteit verbindt ruimtelijke, sociale, economische en culturele aspecten van Mariahoeve



* stedenbouw en volkshuisvesting, architectuur en projectontwikkeling, economie en ondernemerschap, ouderen- en gezondheidszorg, onderwijs en welzijnswerk, cultuur, recreatie en sport, bewoners en betrokkenen

Handhaving is het sluitstuk van het bewaken en in stand houden van de gewenste identiteit van Mariahoeve. Bewoners geven aan dat het hen niet altijd meer lukt onderling de zaken te regelen. Juist als het gaat om het overdragen van hun onderlinge cultuur en het in stand houden van de onderlinge verhoudingen. Ze vragen dan kortdате steun van politie of andere professionals. Ze verwachten van de professionals dat zij die rol als vanzelfsprekend op zich nemen, maar ze zijn teleurgesteld door het gebrek aan daadkracht dat zij daarbij waarnemen. De roep om daadkracht en kortdате steun is in Mariahoeve voortdurend onder de oppervlakte aanwezig en wordt dan zichtbaar als het niet op andere manieren lukt het gewenste Mariahoeve te maken. Liever maken de bewoners de wijk door samen aan de wijk te werken. Zij doen dat bij voorkeur distinct en voorkomend zonder dat steun van de professionals nodig is. Fysiek hoort bij Mariahoeve het geordende en de ruimtelijke opzet van een Parkwijk. Dat sluit verandering niet uit, maar het vraagt wel om respect van de kernkwaliteiten ervan: de ruimte, de variatie, de geordendheid en de allure. Op naar de nieuwe wellevendheid!

Identiteit verbindt waarden, klantgroepen en professionals*