

KomEtenplein



VERSLAG



KOMETENPLEIN

HOOFDDORP CENTRAAL
25 JANUARI 2017

WORKSHOP KOMETENPLEIN

TRANSFORMATIE BEUKENHORST WEST

Beukenhorst-West transformeert de komende jaren naar een woon-werkgebied met horeca en levendige functies in de plinten van de gebouwen. Het wordt een gemixt, stedelijk gebied met kantoren en uiteindelijk misschien wel ca. 3000 huishoudens, dat een belangrijk onderdeel gaat vormen van het centrum van Hoofddorp. Vanuit de trein is deze ontwikkeling direct zichtbaar.

Het Kometenplein (kom-eten-plein) ligt centraal in het gebied en vormt daarmee een mooi zichtbare aftrap van deze transformatie. Het doel is dit stuk openbare ruimte beter te gaan benutten en dagelijks te gaan gebruiken.

Samen met betrokkenen bij deze locatie zijn de eerste inrichtings-, marketing- en placemaking ideeën besproken en in een workshop zijn de mogelijkheden verkend. Deze avond vormde de eerste stap om te komen tot een concreet stappenplan voor 2017. Omdat het donker en koud is vindt deze avond niet op de locatie zelf plaats, maar is er gekozen voor de gymzaal.



INRICHTING PLEIN

Nathalie van Hoeven introduceert de locatie en de opgave. Het Kometenplein is nu niet als plein herkenbaar: hoewel het wel als verblijfsplek gebruikt wordt, is er weinig te doen. Juist vanwege de transformatie van de wijk kan ook dit plein een verbijzonderde inrichting krijgen die aansluit bij de wensen van de nieuwe gebruikers.

Rob van Dijk van Dijk&co vertelt over de ideeën die hij als landschapsarchitect heeft voor het plein: Mensen moeten vanaf het station makkelijk naar het centrum kunnen komen en andersom, en hiermee bijdragen aan de verlevendiging van het gebied. Rondom het station zal een route gemaakt worden met behulp van herkenbare rode attributen op het trottoir. Dit creëert eenheid en duidelijkheid en maakt de openbare ruimtes interessanter.

Het park, bestaande uit het wandelbos en de fruittuinen, zal een nieuwe impuls krijgen door het verbeteren van de routes, het aanbrengen van een sport rondje en speelplekken. Mensen moeten ervoor naar buiten willen. Rond de zomer zal een start met de nieuwe route gemaakt worden; het rode accent zal hierin doorgetrokken worden.

Hoe kunnen we de route en de elementen daarin voorbereiden zodat deze al herkenbaar wordt? Uitgangspunt: een groene beleving in Beukenhorst. Meer gras en bomen, zodat het ruimtelijker wordt, aan de Kagertocht wordt de bosrand uitgedund, zodat vanuit Beukenhorst het bos ingekeken kan worden.

Het KomEtenPlein wordt nu gedomineerd door een grote hoeveelheid bomen, waardoor het er erg donker is. Er wordt al een tijd nagedacht over de mogelijkheden van deze plek. Er is nog geen uitgewerkt plan, maar wel wat eerste ideeën.

Mogelijkheden zouden kunnen zijn:

- Skatepark
- Basketbalveld
- Klimmuur
- Urban sport
- Pop up shopping / showcasting

- Evenementen
- Horeca
- Pocket park
- Picknickbanken met busjes waar je een broodje en koffie kunt halen. Voorzien van rode luifels om de rode elementen door te trekken.
- Mobiele toiletten zodat er ook evenementen gehouden kunnen worden.
- Misschien zijn er aanvulling en daar komen wij vanavond graag achter.



PLACEMAKING

Hans Karsenberg (Stipo) laat zien waar 'placemaking' om draait:

Nathalie en Hans zijn de afgelopen periode betrokken geweest bij het transformatieproces. Helaas is Wim van der Lee (Hoofddorp Centraal) ziek en afwezig, maar samen met hem is er een plan gemaakt om het gebied om te turnen. Het voelt nog niet als een

spannende wijk met spannende openbare ruimten. Als je de transformatie op gang wilt brengen, moet de openbare ruimte aantrekkelijk worden. Bijvoorbeeld, leuke activiteiten organiseren en een prettig en veilig gevoel creëren. Nu verblijven veelal werknemers en hotelgasten in het gebied, zonder horeca en vermaak. Er zullen gaandeweg ook steeds meer bewoners in het gebied bij gaan komen. Het is een langdurig proces, maar uiteindelijk kan het een wijk worden waar 3.000-4.000 mensen wonen naast dat er gewerkt wordt. Er moet een heel ander gevoel gaan ontstaan zodat men het idee heeft in het centrum te zijn zodra men het station uitloopt.

Een belangrijke vraag is: wat past er bij het gebied, waar moeten we op anticiperen, wat is quick winst? Gaan we ervan uit dat de gemeente het aanlegt, of kunnen we een coalitie maken om te zorgen dat er activiteiten zijn. *'Placemaking = het proces om van een ruimte een plek te maken'*. Er zijn in Hoofddorp veel openbare ruimtes, maar weinig plekken waar men graag is. Door kleine ingrepen kun je iets maken zodat mensen het willen gebruiken. Hans laat een aantal foto's zien van ruimtes waar plekken van zijn gemaakt m.b.v. kleine aanpassingen. Mensen vinden het bijvoorbeeld heel prettig om niet alleen te zitten, maar met elkaar te loungen op losse zitelementen die ze zelf kunnen verzetten.

Bij placemaking moet je denken aan drie verschillende niveaus: de hardware, software en orgware. Deze werken met elkaar samen en hebben alle drie een impuls nodig.

Hardware = ontwerp

Gebouwen en plinten
Openbare ruimte
Overgang privé en openbaar

Software = gebruik

Voetgangersstromen
Dagelijks gebruik
Kwaliteit winkels, cafés, cultuur
Beleving

Orgware = management

Community
Coalitie, BIZ
Place management

We bespreken criteria uit het boek *The Social Life of Small Urban Places*:

- Het is moeilijk om een ruimte te maken die geen mensen aantrekt, maar het is toch vaak gelukt.
- Als je je gemeenschap ontwerpt rondom auto's krijg je meer auto's; als je je gemeenschap ontwerpt rondom mensen krijg je meer mensen.
- Als er water in de buurt is, willen mensen hier gebruik van maken (idee van voeten in het water).
- Als je een activiteit op een plek aanbiedt, zorg dan ook voor eten.
- Banken worden soms gezien als objecten om architectuurfoto's te verfraaien, in plaats van dat ze geschikt zijn om op te zitten. Als mensen ergens prettig verblijven, trekken ze hun schoenen uit.

We hebben ook 'zealous nuts' nodig, visionairs en mensen die geen onmogelijkheden zien. Een voorbeeld van placemaking is Bryant Park in New York. Daar kreeg het park een heel andere invulling middels de 'reading room' die de aangrenzende bibliotheek organiseerde. Inmiddels is er een organisatie die het plein beheert en een uitgebreid seizoensgebonden programma maakt. Zo zijn er voordrachten van auteurs, sportactiviteiten als jongleren en schermen, carrousel, poppentheater, dans en toneel. In de winter wordt er een aangepast programma aangeboden.

Placemaking is:

- Het mobiliseren van activiteit in de openbare ruimte
- Niet ontwerp-gedreven maar plek-gedreven
- Uitgaan van de energie van de community
- Uitvoeren op korte termijn



WORKSHOP

Aan 2 tafels wordt een Placegame 'gespeeld'. Er wordt gekeken, gepraat en nagedacht over comfort en beeldvorming, toegankelijkheid en veranderingen, gebruik en activiteiten.

Tafel 1: Stijn Kuipers is workshopleider en vraagt mensen wat het belang is van deze plek en wat men zou willen veranderen.



De ondernemers aan tafel brengen de volgende onderwerpen in:

- Aantrekkelijk voor nieuwe ondernemers, een plek om te netwerken en te ontmoeten. Versterken van de huidige ondernemers.
- Flexwerkplekken met gratis wifi (door sponsoring, huidige ondernemers hebben baat bij transformatie).
- Zitelementen (sponsoring, huidige ondernemers hebben baat bij transformatie).
- De mogelijkheid van de Lunchbreak (korte termijn).



Locatie beoogd Kometenplein

Het beoordelingsformulier dat gebruikt is voor de Placegame KomEtenPlein

PLACEGAME KOM-ETEN-PLEIN 25 JANUARI 2017

Beoordeel de Plek:

COMFORT & BEELDVORMING	ZWAK				STERK
Algemene aantrekkelijkheid	1	2	3	4	
Gevoel van beschutting en veiligheid	1	2	3	4	
Mate van opgeruimdheid / onderhoudskwaliteit	1	2	3	4	
Comfortabele zitplekken	1	2	3	4	
Opmerkingen/aantekeningen:					

TOEGANKELIJKHEID & VERBINDINGEN	ZWAK				STERK
Zichtbaarheid vanaf een afstand (bv. vanaf perron)	1	2	3	4	
Gemak om de plek wandelend te bereiken fiets / auto	1	2	3	4	
Aansluiting op openbaar vervoer en parkeermogelijkheden	1	2	3	4	
Duidelijke bewegwijzering/informatieverstrekking	1	2	3	4	
Opmerkingen/aantekeningen:					

GEBRUIK & ACTIVITEITEN	ZWAK				STERK
Mix van voorzieningen	1	2	3	4	
Frequentie van gemeenschappelijke evenementen / activit	1	2	3	4	
Algemene bedrijvigheid	1	2	3	4	
Economische vitaliteit	1	2	3	4	
Opmerkingen/aantekeningen:					

Identificeer Mogelijkheden:

1. Wat waardeert u het meest aan deze plek?
2. Inventariseer ideeën die op korte termijn gedaan kunnen worden om deze plek te verbeteren en die niet veel kosten:
3. Welke veranderingen qua inrichting zou u op de langere termijn willen maken om het succes van deze plek te vergroten?
4. Wat waardeert u qua gebruik aan deze plek en wat zou u doen om deze plek te verbeteren?
5. Welke lokale partners, belanghebbenden of andere geïnteresseerden zouden kunnen helpen om de voorgestelde verbeteringen door te voeren? Wees zo specifiek mogelijk.

Plint:

- Door bewoning van Young Professionals wordt het 's avonds veiliger. Er komen 59 woningen en 10 commerciële ruimtes gekoppeld aan een appartement met eigen ingang. Er zou rekening gehouden moeten worden met ingangen aan het plein zodat er beweging richting het plein is. Dit waarborgt het veiligheidsgevoel.
- Verlichting.
- Hippe bedrijven trekken (yoghurtbar, stampotje)
- De bewoners doelgroep is 25-35 jaar. Zij fietsen gemakkelijk naar de stad; zij hoeven niet alles voor de deur te hebben.
- Plinten open (geen spiegelglas) met banken tegen de gevel. Creëert beweging (buiten werken).
- Geen toestemming voor winkels in de plinten die concurreren met winkels in het centrum.

Inrichting:

- Veilige oversteekplekken, het plein autoluw maken, of auto aanpassen aan voetganger.
- Festivals organiseren (food truck festival).
- Actief beleid van de gemeente tegen hangjongeren zodat deze zich verplaatsen.
- Het plein zou zich goed lenen voor een kiosk; is ook goedkoop voor de ondernemer.
- Inspelen op de trend 'community' – samen zijn, een belevenis.
- Kas plaatsen, 4 seizoenen plein: in de zomerperiode als semi open ruimte, in de winter binnen zijn en dekentjes uitdelen (vanaf maart drinken mensen buiten koffie).
- Verblijfsplek creëren.
- Ambulant voedsel.
- Bestrating en aankleding zijn belangrijk.
- Het gebouw van Ingenico kan 'de wand' van het plein worden. Zij hebben kantine aan die kant van het plein. Zij zouden de plint open kunnen maken en tafeltjes kunnen neerzetten voor mensen die er buiten willen eten.
- Gebruik maken van wat er al is! (zie punt hierboven bijvoorbeeld).
- Er zijn nog niet veel bedrijven met een bedrijfsrestaurant; Crown heeft een restaurant als service naar huurders. Voor horeca is het gebied daarvoor interessant.
- Horeca door mensen met verstandelijke beperking (MVO).

- Het plein aantrekkelijker maken door het meer bij het centrum te betrekken.
- De looproute aanpakken. Voor horeca ondernemers zijn veel passanten een must.
- Schuilplekken en rustpunten langs de route voor fietsers in de regen. Dat maakt beleving aantrekkelijker.



Tafel 2: Nathalie van Hoeven is workshopleider, met het beoordelingsformulier in het achterhoofd wordt de discussie gestart.

Toegang:

Is er onderzocht of bezoekers van het centrum hier langsgaan en hoeveel dat er zijn? De hoofduitgang van het station bevindt zich a-centrisch, daar zijn ook de bussen, die rijden vaak en direct naar het centrum. Er is wel een traject gaande om de noorduitgang groter en belangrijker te maken, onder andere met NS-fietsen.

De drukke weg tussen uitgang station en het plein vormt wel een barrière. Bij het stoplicht moet je erg lang wachten. Een tunnel of juist een brug (op het niveau van het station voor beter overzicht) zou hier uitkomst bieden.

Uitstraling:

Het is nu nog geen plein, die uitstraling heeft het nog niet. Het is niet omsloten, je waait weg, dus er moet of iets binnen worden georganiseerd of een 'rand' worden ontworpen. Als er wat bomen uitgaan is er ook meer licht en zon. Je kan wel het gevoel dat je in een tuin zit bewerkstelligen.

Het lijken losse onderdelen zonder samenhang, inderdaad ligt de voorkeur bij een meer parkachtige uitstraling, bijvoorbeeld relaxen rondom een fontein of draaimolen. Dan krijgt de weglopende ruimte ook een centrum. Elk seizoen een andere eyecatcher.

Het is een drukke plek die misschien aantrekkelijker is voor jongeren, dus zou een skateramp wellicht beter passen. Dat maakt veel lawaai, maar dat doen de auto's op de naastgelegen drukke weg ook. Sowieso is sport een idee. Er komt een route in de wijk en het park waarlangs bootcamp mogelijk is. Het plein kan daarop aansluiten.

Verkeer:

Hoe gaan we zorgen dat het verkeer rustiger door het gebied rijdt? Met shared space? Wat er rijdt is vooral bestemmingsverkeer en 1 buslijn.

Fasering:

Er is een woningmarkt analyse gedaan. Hier ziet men een stedelijk gebied met meer woningen voor starters en senioren voor zich. Met die toekomst in gedachte, is het plein dan een ontmoetingsplek? Of heeft het een specifieke functie? Of is het onderdeel van de route naar de stad? En voor wie dan? Voor de stad, de buurt of staat het op zichzelf? Is de doelgroep bepalend? Wie zijn dat dan? Dat gaat veranderen: nu werknemers, straks meer bewoners. Het moet in ieder geval niet de concurrentie met het park aangaan. Dus bijvoorbeeld geen moestuin, want die komt al bij de fruittuinen.

Met al die veranderingen is het goed om te denken in fases. Nu alleen het kleine ronde deel ontwerpen en later reageren op hoe een en ander zich ontwikkelt in de wijk. Het is belangrijk dat het flexibel is, geen harde dingen, alles een beetje laten ontstaan. Wat werkt? En onderzoeken door af en toe iets te programmeren.



TERUGKOPPELING EN AFRONDING

Hans vraagt de aanwezigen die betrokken willen blijven zich aan te melden zodat zij voor een volgende bijeenkomst uitgenodigd kunnen worden.



COLOFON

Organisatie: Hans Karssenbergh, Stipo | Nathalie van Hoeven, Beat Development | Wim van der Lee, Hoofddorp Centraal | Yvonne Lub, Podium voor Architectuur

Aanwezig: Nathalie van Hoeven, Beat Development | Hans Karssenbergh, Stipo | Rob van Dijk, Dijk&co | Stijn Kuipers, Urhahn Urban Design | Bonnie Barlag, Hoofddorp Centraal | Yvonne Lub, Froukje van de Klundert, Daniëlle Huisman, Vincent van Dam en Tessa Meesters, Podium voor Architectuur | Rob van Aerschot en Sandra van Egmond-Boere, Gemeente Haarlemmermeer | Chris van den Dungen, Wilbert Smits en Joep Hover Certitudo | Daniela Wullers, adviseur en onderzoeker | Gijs de Waal, BRET | Richard Biesma, Hoofddorpsch Friethuys | Fortrestaurant | Peter van Heerde, Rabobank Regio Schiphol | Mark Hendriks en Richard Voorn, De Raad Makelaars | Jacqueline Appelman, Magneet | Frank Helsloot en Rob Hendriks, Havenland | Crown Plaza

Verslaglegging door: Tikken en Meer, Monique Terlouw

Fotografie door: Karin Dekkers

Catering door: De Smaeck, Radboud en Ubavka Bos