

Stadtego in de Slijpsteen

Eindrapport



Eindrapport Stadtego in de Slijpsteen

Datum publicatie: 16 juli 2019

Auteurs: dr.ir. Theo de Bruijn / IAA Architecten
dr. ir. Jos Thalen / Invocate

Contact & informatie: www.stadtego.nl

In opdracht van: Gemeente Enschede

Inhoudsopgave

Inleiding	3
Aanpak.....	4
Verloop van de avond	5
Uitkomsten.....	6
Kwantitatief.....	6
Kwalitatief.....	11
Verandering als kans.....	11
Kleinschalig winkelen.....	11
Reuring na 18u.....	11
Flexibel bestemmingsplan.....	11
Conclusie & advies	12



Inleiding

Dit rapport presenteert de resultaten van Stadtego in de Slijpsteen, Enschede. Stadtego is een serious game die verschillende partijen laat samenwerken aan toekomstbestendige woon-, werk- en winkelgebieden. Of het nu gaat om het aanpakken van leegstand, het transformeren van een winkelgebied of het toekomstbestendig maken van de binnenstad; Stadtego zorgt voor een frisse blik op visie én uitvoering.

De Gemeente Enschede heeft ons gevraagd Stadtego in te zetten voor het gebied 'de Slijpsteen'. Met het oog op het actualiseren van het bestemmingsplan voor dit gebied wil de gemeente via Stadtego omwonenden, ondernemers en eigenaren mee laten denken over wat er moet gebeuren om van dit gebied een prettige omgeving te maken.

Stadtego bestaat in zijn volle omvang uit drie stappen waarbij stap 1 het aanscherpen van een visie behelst. Deze stap is het meest relevant voor de vraagstelling rondom de Slijpsteen. Het spel zet de toekomstige invulling van het gebied als 'stip op de horizon'. In spelvorm wordt in kaart gebracht hoe de deelnemers de toekomst van het gebied voor zich zien; welke functies zijn belangrijk? Welke juist niet? Waar zijn deze (on)gewenst? En denken ze hier allemaal hetzelfde over? Door de spelvorm krijgen alle stakeholders de ruimte om hun zegje te doen. De werkvorm stimuleert de deelnemers om geleidelijk aan keuzes te maken en te komen tot een gezamenlijke visie voor het gebied.

Stadtego resulteert in een visie op het gebied en de functies die gewenst of juist ongewenst zijn. Door de spelvorm wordt tevens duidelijk in welke mate partijen het eens zijn met elkaar en ontstaat tevens betrokkenheid bij het proces van het actualisatieplan.

Stadtego leidt u in 3 stappen van een gezamenlijke visie naar een concreet, haalbaar en breed gedragen plan voor de binnenstad.



Aanpak

Het spel is een fysiek bordspel dat wordt gespeeld in groepen van 5 tot 8 spelers. Het spelbord bestaat uit een in taartpunten verdeelde cirkel, met op de middenstip de beschrijving van de toekomstvisie waar naartoe wordt gespeeld. De omliggende taartpunten beschrijven *thema's* die allemaal in meer of mindere mate te maken hebben met de toekomstvisie.

In de context van de huidige opdracht noemen we deze thema's *bestemmingen*. Spelers kunnen dus aangeven welke bestemmingen ze voorzien voor de Slijpsteen.

In overleg met de opdrachtgever zijn de volgende middenstip en thema's vastgesteld:

- Middenstip: "De Slijpsteen in 2025"
 - Winkelen
 - Recreatie
 - Maatschappelijk
 - Werken
 - Horeca
 - Groen



De spelavond bestaat uit 2 spelrondes.

1. In ronde 1 (plm. 60 min.) wordt spelers gevraagd met pionnen aan te geven welke bestemmingen ze belangrijk vinden (of graag terugzien in de Slijpsteen). Elke speler krijgt 10 pionnen die ze mogen verdelen over de bestemmingen. Het aantal pionnen geeft het belang van een thema aan. Spelers doen dit één voor één en licht zijn of haar keuze toe, zodat iedereen in de groep het woord krijgt en er een gedeeld begrip van alle bestemmingen ontstaat. Ook ontstaat een beeld van welke bestemmingen met name aanspreken.
2. In ronde 2 (plm. 60 min.) kiezen spelers per bestemming gezamenlijk per tafel maximaal 4 concrete invullingen per bestemming. Een invulling kan bijvoorbeeld een restaurant of café zijn

(voor het thema horeca) of een school voor het thema maatschappelijk. Er bestaat ook de mogelijkheid om zelf invullingen toe te voegen.

Gedurende de avond zorgt het Stadtego-team voor instructies, tussentijdse reflecties en begeleiding van de groepen. Na elke spelronde worden kort per groep de uitkomsten en inzichten gedeeld, en de avond wordt afgesloten met een plenaire reflectie op de uitkomsten.

Verloop van de avond

De Stadtego-spelavond vond plaats in de Synagoge van Enschede op dinsdag 25 juni van 19.30 tot 22.00. Het totaal aantal deelnemers was 36, redelijk verdeeld over ondernemers, inwoners en/of ambtenaren. Omdat vooraf geen (complete) inschrijflijst beschikbaar was zijn ter plekke 6 groepen gevormd. Hierbij is het helaas niet volledig gelukt om inwoners, ondernemers en eigenaren te 'mixen'. Daardoor ontstond op sommige tafels snel overeenstemming en vond er relatief weinig gesprek en discussie plaats. Hier komen we later in dit rapport nog op terug.

Na een korte opening door de gemeente volgde de uitleg vanuit het Stadtego-team. Hierbij zijn ook de zes bestemmingen op het spelbord nader toegelicht.

Er is verder op het verloop van de avond weinig aan te merken; alles is volgens bovenstaande aanpak uitgevoerd en paste goed in de planning. Per spelronde hebben we ongeveer 45 minuten speeltijd en 15 minuten discussie/reflectie aangehouden. De avond werd afgesloten met een plenaire discussie en een slotwoord vanuit de gemeente. Bij die slotgesprekken werd vooral ook tevredenheid met het verloop van de avond en de gevoerde discussies geuit.



Uitkomsten

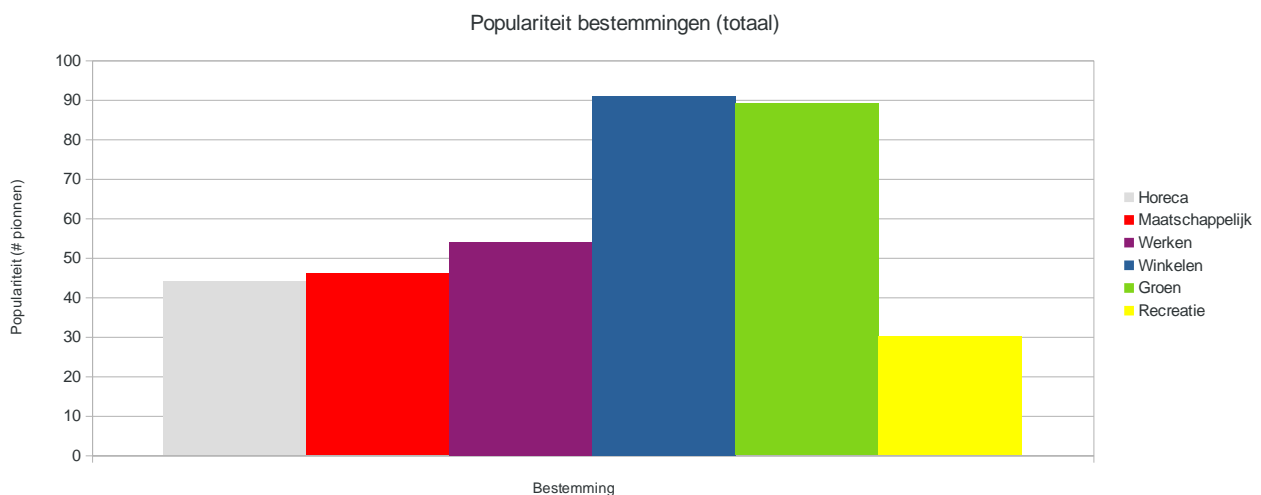
We hebben de uitkomsten van de spelavond verdeeld in kwantitatieve en kwalitatieve uitkomsten.

De kwantitatieve uitkomsten zijn gebaseerd op het tellen van de pionverdeling per bestemming en de gekozen invullingen per bestemming. Dit hebben we zowel per groep als voor de deelnemers in totaal gedaan.

Kwalitatieve uitkomsten zijn gebaseerd op onze aantekeningen en observaties tijdens de spelavond, de discussies die gevoerd zijn met deelnemers en onze interpretatie van het spelverloop achteraf. Deze resultaten helpen de kwantitatieve uitkomsten in de juiste context te plaatsen.

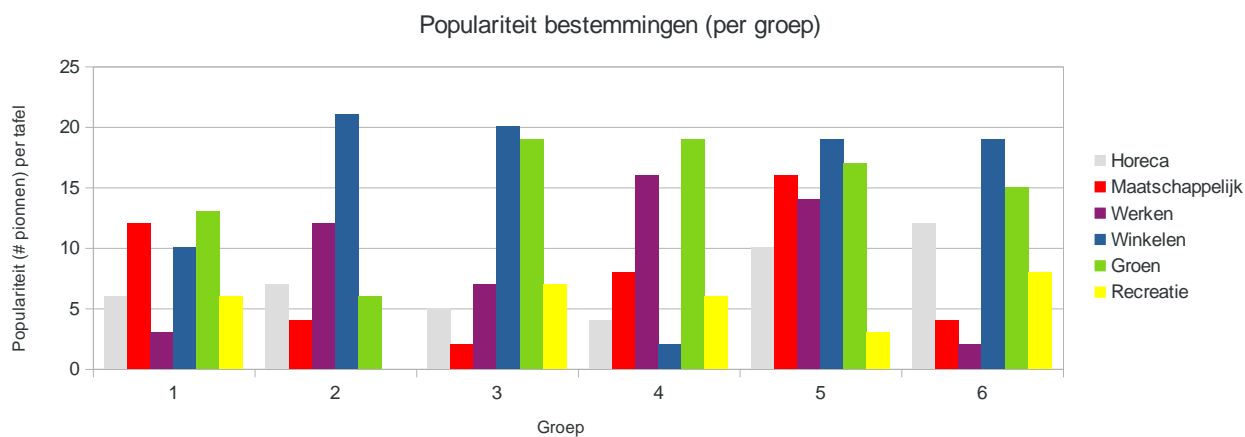
Kwantitatief

Onderstaande grafiek laat zien dat er, over alle groepen gemeten, een voorkeur is voor de bestemmingen *winkelen* en *groen*. De overige bestemmingen zijn ongeveer even populair, waarbij *recreatie* nog de minst populaire bestemming is.



Populariteit van bestemmingen in de Slijpsteen, gemeten op basis van aantal pionnen (in totaal voor alle groepen).

Bij de resultaten per groep, weergegeven in de grafiek op de volgende pagina, valt een aantal zaken op. Ten eerste heeft groep 1 als enige groep een vrij gebalanceerde verdeling van bestemmingen. In tegenstelling tot andere groepen zie je hier geen grote piek bij winkelen of groen. We vermoeden dat dit te maken heeft met de samenstelling van de groep. Een andere opvallende afwijking is groep 4, die als enige vrijwel geen pionnen op *winkelen* heeft geplaatst. Uit de tussentijdse reflectie kwam echter naar voren dat dit is omdat ze niet *meer* winkels willen, niet *zozeer geen* winkels.



In ronde 2 hebben spelers via kaartjes verdere invulling gegeven aan de bestemmingen. Voorgedrukte of zelfgeschreven invullingen konden negatief, positief of met een 'bonus' worden beoordeeld. In de analyse hebben we deze verwerkt met scores van respectievelijk -1, 1 of 2 punten.

De onderstaande tabel geeft ten eerste een inzicht in welke invullingen populair zijn onder de spelers. Onderstaand de 20 meest populaire invullingen. Uiteraard komen de bijbehorende bestemmingen (aangegeven met kleur) overeen met de populairste bestemmingen, winkelen en groen.

Invulling van bestemming	Groep 1	Groep 2	Groep 3	Groep 4	Groep 5	Groep 6	Populariteit
Broodjeszaak	2	2	2	1	2	2	11
(Meer) bomen	2	2	2	1	2	2	11
Supermarkt	2	1	2	1	2	2	10
Ruimte voor terrasjes	2	1	2	2	1	1	9
Speciaalzaak	2	1	1	2	1	1	8
Speeltuintje	1	-1	2	2	1	2	7
Bloemperken	1	1	1	1	2	1	7
Meer bankjes en ander straatmeubilair	1	2	1	1	1	1	7
Lunchroom	1	1	-1	2	1	2	6
Flexplekken	2	1	2	1	-1	1	6
Kledingherstel	1	2	-1	1	2	1	6
Park	1	-1	1	2	1	2	6
Buitensportruimte (bootcamp)	2	-1	1	1	2	1	6
Kof ☞ speciaalzaak	1	-1	2	1	1	1	5
Winkeltjes met horeca als bijzaak	-1	1	2	1	1	1	5
Waterpartij	2	1	1	1	-1	1	5
Eten & drinken	1	-1	1	1	1	1	4
Elektronica	1	1	1	-1	1	1	4
Café	-1	1	2	-1	1	1	3
Delicatessen	1	1	-1	1	-1	2	3

De 20 meest populaire invullingen

Omgekeerd geeft het ook inzicht in welke invullingen door de spelers minder aantrekkelijk zijn. Onderstaande tabel toont de 20 minst populaire invullingen.

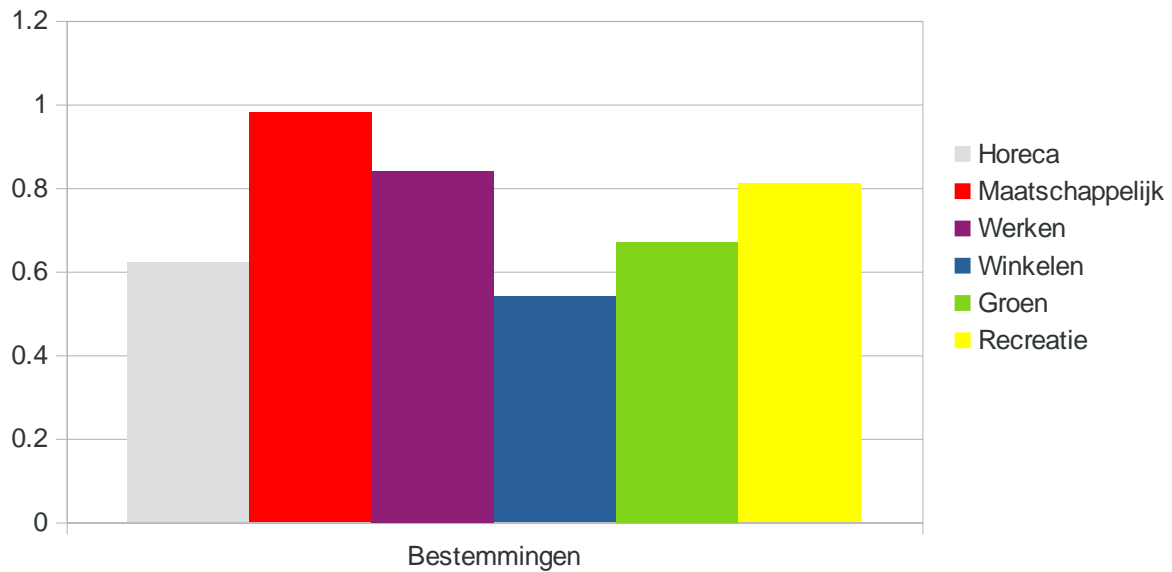
Invulling van bestemming	Groep 1	Groep 2	Groep 3	Groep 4	Groep 5	Groep 6	Populariteit
Fastfood restaurant	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-6
Meubelzaken	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-6
Kringloopwinkel	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-6
Stadscamping	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-6
Adviesbureaus	-1	-1	-1	1	-1	-1	-4
Auto/fiets handel	-1	-1	-1	-1	1	-1	-4
Funshops	-1	-1	-1	1	-1	-1	-4
Algemene gymzaal	-1	-1	-1	1	-1	-1	-4
School	-1	1	-1	-1	0	-1	-3
Moestuin	1	-1	-1	0	-1	-1	-3
Restaurant	-1	-1	1	-1	-1	1	-2
Honden ren/speel/uitlaatplek	1	-1	-1	1	-1	-1	-2
Religieus gebouw	-1	-1	-1	1	1	-1	-2
Zakelijke dienstverlening	-1	-1	-1	1	1	-1	-2
Makelaars	-1	-1	-1	1	1	-1	-2
Uitzendbureau	-1	-1	-1	1	1	-1	-2
Kantoorruimte	-1	-1	1	2	-1	-1	-1
Skatebaan	2	-1	-1	1	-1	-1	-1
Sociale werkplaats	1	1	-1	-1	-1	0	-1
Trapveldje	0	-1	-1	1	-1	2	0

De 20 minst populaire invullingen

Tot slot kunnen we op basis van de scores op de actiekaarten ook inzicht geven in hoeveel discussie per invulling of onderwerp bestaat. We hebben dit gedaan door te kijken naar de standaarddeviatie van de kaartjes; als scores erg uiteenlopen (van -1 in de ene groep tot +2 in de andere) veronderstellen we dat over dit onderwerp relatief veel discussie bestaat.

Deze scores zijn belangrijk om in gedachten te houden bij het bekijken van bijvoorbeeld de populariteit van bestemmingen en acties. Winkelen en groen zijn bijvoorbeeld populair, en er bestaat relatief weinig discussie over. Maatschappelijke bestemmingen lijken in eerste instantie niet populair, maar er bestaat (volgens onderstaande grafiek) nog behoorlijk wat discussie over. Het zou daarom waardevol kunnen zijn vervolgstappen te richten op deze onderwerpen om de 'werkelijke populariteit' van een bestemming vast te stellen.

Variatie in beoordeling van acties per bestemming



Eensgezindheid per bestemming. Een hogere score betekent dat de populariteit van een bestemming sterker verschilt tussen verschillende groepen.

Ook op invulling-niveau is gekeken naar de eensgezindheid. Onderstaande tabel toont invullingen waar relatief weinig discussie over bestaat. Dit betreft (uiteeraard) zowel populaire als niet-populaire invullingen.

Invulling van bestemming	Groep 1	Groep 2	Groep 3	Groep 4	Groep 5	Groep 6	Populariteit	Standaarddeviatie
Fast food restaurant	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-6	0.00
Meubelzaken	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-6	0.00
Kringloopwinkel	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-6	0.00
Stadscamping	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-6	0.00
Bloemperken	1	1	1	1	2	1	7	0.41
Meer bankjes en ander straatmeubilair	1	2	1	1	1	1	7	0.41
Broodjeszaak	2	2	2	1	2	2	11	0.41
(Meer) bomen	2	2	2	1	2	2	11	0.41
Speciaalzaken	2	1	1	2	1	1	8	0.52
Supermarkt	2	1	2	1	2	2	10	0.52
Ruimte voor terrasjes	2	1	2	2	1	1	9	0.55
Adviesbureaus	-1	-1	-1	1	-1	-1	-4	0.82
Auto/fiets handel	-1	-1	-1	-1	1	-1	-4	0.82
Funshops	-1	-1	-1	1	-1	-1	-4	0.82
Algemene gymzaal	-1	-1	-1	1	-1	-1	-4	0.82
Eten & drinken	1	-1	1	1	1	1	4	0.82
Elektronica	1	1	1	-1	1	1	4	0.82
School	-1	1	-1	-1	0	-1	-3	0.84
Moestuin	1	-1	-1	0	-1	-1	-3	0.84
Koffie speciaalzaak	1	-1	2	1	1	1	5	0.98

Eensgezindheid per invulling. Een score van 0 betekent dat iedere groep er hetzelfde over denkt (positief of negatief).

Omgekeerd is het ook interessant te kijken naar invullingen waar nog veel discussie over bestaat. Deze invullingen waren namelijk of nog niet helemaal duidelijk voor spelers, of roepen erg verschillende reacties op. In vervolgstappen is het waardevol uit te zoeken waar de discussie over gaat, en of de populariteit van deze invullingen klopt of moet worden bijgesteld.

Invulling van bestemming	Groep 1	Groep 2	Groep 3	Groep 4	Groep 5	Groep 6	Populariteit	Standaarddeviatie
Vijver/poel/beek	2	-1	1	2	-1	-1	2	1.51
Buurthuis	2	-1	-1	2	1	-1	2	1.51
Kantoorruimte	-1	-1	1	2	-1	-1	-1	1.33
Skatebaan	2	-1	-1	1	-1	-1	-1	1.33
Gezondheidscentrum	1	-1	-1	1	2	-1	1	1.33
Jongeren ontmoetingsplek	2	-1	-1	1	-1	1	1	1.33
Trapveldje	0	-1	-1	1	-1	2	0	1.26
Café	-1	1	2	-1	1	1	3	1.22
Delicatessen	1	1	-1	1	-1	2	3	1.22
Speeltuintje	1	-1	2	2	1	2	7	1.17
Mobiele snack/gebak kraam	-1	1	-1	1	1	-1	0	1.10
Kinderopvang	1	-1	-1	1	-1	1	0	1.10
Huisarts	1	1	-1	1	-1	-1	0	1.10
Financiële dienstverlening	-1	1	-1	1	1	-1	0	1.10
Stadstuin	1	-1	1	1	-1	-1	0	1.10
Gym/Fitness	-1	1	-1	1	-1	1	0	1.10
Yoga ruimte	1	-1	-1	1	-1	1	0	1.10
Lunchroom	1	1	-1	2	1	2	6	1.10
Flexplekken	2	1	2	1	-1	1	6	1.10
Kledingerstel	1	2	-1	1	2	1	6	1.10

Eensgezindheid per invulling. Over deze invullingen bestaat nog relatief veel discussie of onduidelijkheid

Kwalitatief

Onderstaande observaties en interpretaties geven duiding aan de kwantitatieve resultaten die in voorgaande paragraaf zijn gepresenteerd.

Verandering als kans

Een trend die bij vrijwel alle groepen terugkomt is de verwachting dat met de komst van de nieuwbouwwoningen het gebied ingrijpend gaat (en moet) veranderen. Hierbij valt op dat men dit ziet als een kans, niet als bedreiging. Het gebied moet worden afgestemd op meer (jonge) gezinnen en kinderen.

Overeenkomstig met de kwantitatieve resultaten wordt dit met name gezocht in *winkels* en *groen*, maar in de reflecties en discussies speelt ook *horeca* een grote rol. Niet als grootschalige horeca maar bij winkelen horen ook een hapje en een drankje, en dit zie je terug in de gekozen invullingen bij horeca.

Kleinschalig winkelen

Op het gebied van winkels zijn deelnemers vrij duidelijk en eensgezind. Er is met name behoefte aan kleinschalige en gevarieerde winkels/winkeltjes. Bestaande zaken passen hier niet allemaal even goed in. Met name de autohandel wordt meerdere keren genoemd, maar ook de Gamma zou (volgens een deel van de deelnemers) beter aan de rand van de stad passen. Ook groothandels ziet men liever vertrekken, met name ook vanwege verkeersbewegingen in de nacht.

Met een gevarieerder aanbod van kleine en specialistische winkels hoopt men het gebied aantrekkelijker te maken als echt winkelgebied (een minivariant van het echte stadscentrum) voor zowel inwoners uit de wijk als uit de rest van de stad.

Reuring na 18u

In meerdere groepen werd nagedacht en gesproken over de 9 tot 5 mentaliteit die er momenteel voor zorgt dat het gebied in de loop van de avond is uitgestorven en daardoor niet veilig of welkom overkomt. "Mensen vertrekken om 5 uur (na het werk), of komen er juist thuis, maar hoe dan ook is het na 6 uur helemaal leeg". Dat geldt overigens natuurlijk niet voor Gamma en Lidl.

Met slimme bestemmingen zou je hier volgens de deelnemers in kunnen sturen. Eén groep gaf bijvoorbeeld aan dat kantooruimtes en flexplekken niet handig zijn, omdat ze juist 9 tot 5 mensen aantrekken. Een andere groep stelt voor om met specifieke invullingen, zoals een fitness-ruimte, juist mensen na 18u weer naar het gebied te trekken.

Flexibel bestemmingsplan

Tot slot werd in een aantal groepen de behoefte aan een flexibel of dynamisch bestemmingsplan benadrukt. Met alle veranderingen op komst is het volgens hen niet verstandig alle bestemmingen vooraf in detail vast te leggen: "Laat dingen ontstaan, bijvoorbeeld door onderling als ondernemers meer verbindingen te zoeken". Het is belangrijk de ruimte te krijgen om te ontdekken wat wel en niet werkt.

Conclusie & advies

De Slijpsteen in Enschede is een gebied in verandering. Van een oorspronkelijk industrieel gebied is het langzaam veranderd naar een mix van wonen, retail, groothandel en maatschappelijke bestemming. Het heeft daarmee op dit moment geen eenduidig profiel. Nu de omgeving van het gebied ingrijpend gaat veranderen met onder andere de bouw van het Janninkkwartier is de vraag hoe het de Slijpsteen er over een aantal jaren uit komt te zien.

Het doel van Stadtego was om met ondernemers en inwoners na te denken over (nieuwe) bestemmingen voor de Slijpsteen. Hoewel we met de spelavond uiteraard maar een deel van de doelgroep hebben bereikt, denken we dat het beeld dat uit dit rapport naar voren komt een goed startpunt vormt voor het verder invullen van het bestemmingsplan.

Uit de gesprekken tijdens het spel komt duidelijk naar voren dat actie is vereist. Het huidige gebied wordt als 'versleten' ervaren en rommelig. Sfeer wordt node gemist, zeker met een nieuwe woonwijk in aanbouw. De relevantie van een nieuw bestemmingsplan waarin richting wordt gegeven aan de toekomst is daarmee evident.

Een duidelijke boodschap uit de spelavond is dat er behoefte is aan meer 'reuring' en sfeer, zeker 's avonds. Dat het gebied een aanbod aan winkels heeft wordt door de meeste deelnemers onderschreven. Vaak werd daarbij de wens geuit voor meer kleinschalige, gespecialiseerde winkels. De afweging daarbij is wel hoe zich dat verhoudt tot het centrum van Enschede dat immers relatief dichtbij ligt. Deze afweging is geen onderdeel geweest van het gesprek maar speelt bij het bepalen van de bestemming uiteraard wel een rol.

Voor een gebied in verandering is het lastig om exacte bestemmingen aan te geven. Daarom werd tijdens de gesprekken ook gepleit voor flexibiliteit in het bestemmingsplan. Een aantal ondernemers gaf aan via onderlinge samenwerking ook zelf actief vorm te willen geven aan toekomstige invullingen in het kader van een bestemmingsplan. Het kan interessant zijn om hiermee te experimenteren. Stadtego heeft in ieder geval zicht geboden op de gewenste bandbreedte, in termen van welke functies juist wel en welke juist niet gewenst zijn.

Over sommige mogelijke bestemmingen bleek veel discussie te bestaan, bijvoorbeeld over maatschappelijke bestemmingen. Om nog scherper zicht te krijgen op wat wel als gewenst en passend wordt ervaren en wat niet, kan het lonen om nader onderzoek te doen, zeker als te zijner tijd duidelijker wordt wie de bewoners van het Janninkkwartier worden.

Tot slot: sommige wensen kunnen ook buiten het bestemmingsplan worden opgepakt. Bijvoorbeeld, de roep om meer groen kunnen ondernemers en bewoners ook (deels) zelfstandig al oppakken. Opvallend was hoe groot de bereidheid was van de betrokkenen om mee te denken. Naast de inhoudelijke resultaten is het ook belangrijk om het enthousiasme van de deelnemers vast te houden. Een mooie uitdaging is om dit enthousiasme ook om te zetten in concrete actie door de betrokkenen zelf.