

RAADSBESLUIT

ZAAKNUMMER	BEHANDELEND AMBTENAAR	SECTOR	PORT. HOUDER
3182510	kemerink op schiphorst, estivani	FYS-PVG	Bas van Wakeren
ONDERWERP			
3182510 - marktpluin - concept ontwerp			

**DE RAAD VAN DE GEMEENTE HENGELO BESLUIT:**

De gemeenteraad besluit:

1. In te stemmen met de conclusie dat het co-creatieproces zoals gevoerd voldoet aan de uitgangspunten die door de raad zijn gesteld
2. In te stemmen met de conclusie dat het concept-ontwerp dat een resultaat is van het proces voldoet aan de kaders van uw raad.
3. Het concept-ontwerp vast te stellen en het college opdracht te geven dit concept-ontwerp uit te werken en de uitvoering hiervan voor te bereiden.

PUBLIEKSVRIENDELIJKE SAMENVATTING

Na een uitgebreid co-creatie proces is het plan De Torenkamer gepresenteerd als ontwerp voor het Marktpluin. Dit plan is goed ontvangen in Hengelo en de raad stelt dit plan als concept-ontwerp draagt het college op het verder uit te werken zodat daadwerkelijk in 2021 kan worden gestart met de realisatie.

DE GEMEENTERAAD VAN HENGELO,**DATUM**

De griffier

De voorzitter

RAADSADVIES

ZAAKNUMMER	BEHANDELEND AMBTENAAR	SECTOR	PORT. HOUDER
3182510	Kemerink op Schiphorst, Estivani Nijenhuis, Joop	FYS-PVG	Van Wakeren, Bas
ONDERWERP			
3182510 - marktpluin - concept ontwerp			



AANLEIDING, DOEL EN WAT GING ER AAN VOORAF

In 2017 is het integraal actieplan voor een vitale binnenstad vastgesteld. Eén van de belangrijke acties die daarin is opgenomen is een integrale herinrichting van het Marktpluin. Hiervoor is door de binnenstad partners een prijsvraag uitgeschreven waar drie plannen zijn voorgelegd aan de bevolking van Hengelo. Het plan van West 8 met onder meer een replica van het Hijschgebouw werd de duidelijke winnaar van die prijsvraag met circa 67% van de stemmen. Dit plan is toen verder uitgewerkt om tot een passende invulling van het gebouw en de markthal te komen. Uiteindelijk is geconcludeerd dat het niet mogelijk was om dit plan binnen de beschikbare middelen voor het plein uit te voeren. Daarnaast is er een maatschappelijke beweging op gang gekomen die opriep om het plein niet of in ieder geval veel minder te bebouwen. Het voorgaande proces heeft ertoe geleid dat de gemeenteraad het college heeft opgedragen om met een nieuw plan te komen dat in co-creatie met de stad tot stand moest komen. Op 2 juli 2020 heeft de gemeenteraad de inhoudelijke- en proces- kaders hiervoor vastgesteld. Op 4 juli is het co-creatie proces gestart. Het proces tot het komen van het ontwerp is samen met bureau de Rode Wouw opgepakt.

Middels co-creatie is het voorliggend ontwerp voor het Marktpluin gemaakt. Dit betreft een concept ontwerp dat op hoofdlijnen aangeeft hoe het Marktpluin eruit gaat zien. Na vaststelling van dit concept ontwerp zal het ontwerp in de komende maanden verder worden gedetailleerd en technisch uitgewerkt om vervolgens te worden vertaald in een definitief ontwerp dat de basis is voor de uitvoering.

INHOUD VAN HET VOORSTEL

Proces

Volgens de vastgestelde kaders moest het ontwerp tot stand komen middels een co-creatieproces waarbij er kwaliteitseisen en inhoudelijke eisen zijn gesteld aan het proces. Deze kwaliteitseisen hadden betrekking op de diversiteit van doelgroepen, benaderingswijze, wijze van deelname, transparantie, leren van het verleden en de weging van de stemmen.

Het proces te komen tot het voorliggend ontwerp voldoet in onze ogen ruimschoots aan deze eisen. Tijdens de verschillende fasen van het co-creatieproces zijn zoveel mogelijk verschillende perspectieven in beeld gebracht waarbij er een grote diversiteit van mensen en doelgroepen hebben deelgenomen aan het proces. Er zijn verschillende communicatietechnieken ingezet om zoveel mogelijk mensen te laten deelnemen aan het proces. Zo hebben we verschillende online platforms ingezet, stonden er reclameborden in de hele stad, is een marktpluinspel gemaakt, de "ouderwetse" post, waren er filmpjes en vlogs en is het team van de Rode Wouw en de gemeente fysiek aanwezig geweest op meerdere weekmarkten en zijn er ook meerdere krantenartikelen gepubliceerd.

Door de corona-crisis zijn er verschillende manieren van participatie vormgegeven. Zo zijn er met inachtneming van de op dat moment geldende maatregelen bijeenkomsten georganiseerd gericht op diverse doelgroepen, zoals bij wijkcentra, scholen, buitensessies met ondernemers, in verpleeghuizen, overleggen met groepen zoals de Gehandicaptenraad, huurdersgroepen Welbions, de Marktbond, ontwerpessies met kinderen en jongeren, maar ook online door het organiseren van meerdere zoombijeenkomsten en de inzet van de website www.hengelo.nl/marktpluin.

Uiteindelijk is iedere Hengeloër uitgenodigd om mee te doen om zoveel mogelijk en zo divers mogelijke groepen Hengeloërs te bereiken om te participeren.

Tijdens elke stap van het co-creatieproces is door de Rode Wouw een verslag gemaakt van de opbrengsten van die fase. Deze opbrengsten zijn telkens zo snel en zo breed mogelijk met iedereen gedeeld en vormden de basis voor de volgende fase. Voor ontwerpbureau Okra was dat de lijn om tot een vertaling in een ontwerp voor het Marktpluin te komen. Uiteindelijk heeft dit proces geleid tot het ontwerp dat nu voorligt en dat blijkens de reacties van de Hengelose bevolking zeer goed is ontvangen.

Uit een benchmark onder vergelijkbare processen is bovendien gebleken dat de participatiegraad in

Hengelo aanzienlijk hoger ligt dan bij vergelijkbare recente processen in andere steden. Bovendien blijkt uit onderzoek (Radboud Universiteit) dat het draagvlak onder mensen die niet deelnemen in dit soort vergelijkbare processen veelal tussen de 60 en 70% ligt. Dat betekent dat die groep mensen zich kunnen vinden met de uitkomsten als dit via een dergelijk georganiseerd co-creatieproces tot stand komt, wat de uitkomst dan ook is. Gezien de reacties die via sociale media en langs andere weg zijn geuit hebben we reden om aan te nemen dat het draagvlak voor dit proces en het daaruit voortvloeiende ontwerp minstens zo hoog liggen.

Inhoud

De vastgestelde kaders bevatten ook inhoudelijke kaders waar het concept ontwerp aan moet voldoen. Deze kaders hebben betrekking op het aspect beleven, duurzaamheid, functies (bebouwing), relatie met erfgoed, warenmarkt, civiel techniek, toegankelijkheid en bereikbaarheid en uiteraard het budget. Het voorliggend ontwerp voldoet naar onze mening volledig aan de vastgestelde inhoudelijke kaders.

Het ontwerp maakt het Marktpluin tot een echt *doe plein*, waar altijd iets te beleven is. En blijft het onderscheidend van het Burgemeester Jansenplein, als evenementenplein. Door de verschillende elementen in het ontwerp komen meerdere functies bij elkaar. Zo is er ruimte voor spelen en interactie voor kleine kinderen, de jeugd, maar ook volwassenen. De kiosk krijgt door de toevoeging van een rooftopbar een nieuw element wat bijdraagt aan Leisure activiteiten op het Marktpluin.

Het plein kent verschillende *duurzaamheidselementen*. Zo worden de huidige betonplaten van het Marktpluin hergebruikt in het nieuwe ontwerp. Er worden verschillende klimaat adaptieve maatregelen getroffen zoals het afkoppelen van hemelwater van het riool, er komt een regentuin waarin het hemelwater kan bezinken om vervolgens gefilterd te worden afgevoerd naar de bezinkingsvijver en de verschillende groene elementen geven het plein een hoog duurzaamheidsgehalte en helpen hittestress voorkomen.

Het plein is aangewezen als aandachtsgebied voor de *wederopbouw*. Voor zover mogelijk wordt het zicht op de wederopbouwgevels verbeterd in dit plan waardoor het erfgoed wordt *versterkt*. De aanpak van de gevels is echter een verantwoordelijkheid van de eigenaren die hiervoor mede een beroep kunnen doen op het gevefonds. De aanpak hiervan valt buiten de reikwijdte van dit plan. Daarnaast is een heel belangrijk uitgangspunt van de wederopbouw de menselijke maat. Die gaat verloren op het huidige plein en is leidraad geweest voor Okra bij het voorliggende ontwerp. Door de menselijke maat terug te brengen in het plein wordt ook de wederopbouw versterkt.

Ook is rekening gehouden met de locatie van de *Warenmarkt*. Er is ruimte voor de warenmarkt rondom het plein aan de Brinkstraat, de Telgen en de Marktstraat. Eventueel is er ook een uitbreiding mogelijk naar andere straten rondom het plein.

Daarnaast is rekening gehouden met de *toegankelijkheid en bereikbaarheid* voor alle gebruikers. Bepaalde elementen zoals de vijver blijven lastig te bereiken, maar het is dusdanig ontworpen dat iedereen er van kan genieten.

Ten aanzien van de *civieltechnische* uitgangspunten is het ontwerp zo gemaakt dat de impact op de kabels en leidingen beperkt is en de toegestane belasting op het dak van de parkeergarage niet wordt overschreden.

Vervolg

Als uw raad instemt met het concept ontwerp van het Marktpluin zal het plan technisch verder in detail worden uitgewerkt. In dit stadium wordt bijvoorbeeld ook met de kunstenaars die de beren heeft ontworpen, gesproken over de nieuwe opstelling van de beren. In nauwe samenspraak met de Marktbond en de SCH wordt een plan gemaakt voor de opstelling van de marktkramen met omliggende winkeliers en eigenaren wordt gesproken over de detaillering van het plan voor hun deur etc. Dit uitgewerkte plan vormt de basis voor de definitieve verdeling van de budgetten en de aanvraag van het uitvoeringskrediet. Hierbij wordt ook de afstemming gezocht met de andere werkzaamheden die in de directe omgeving plaatsvinden en met de werkzaamheden in het kader van riolering, waterhuishouding en duurzaamheid. Wij verwachten in de zomerperiode hiervoor een voorstel aan de raad te kunnen doen.

Nadat een uitvoeringskrediet is verstrekt kan het werk gegund worden aan een aannemer en kan de schop op het Marktpluin in de grond. Naar verwachting zal dit in oktober kunnen. De totale uitvoeringsperiode zal naar verwachting minstens een jaar zijn.

BESPREEK- EN BESLISPUNTEN

1. In te stemmen met de conclusie dat het co-creatieproces zoals gevoerd voldoet aan de uitgangspunten die door de raad zijn gesteld
2. In te stemmen met de conclusie dat het concept-ontwerp dat een resultaat is van het proces voldoet aan de kaders van uw raad.
3. Het concept-ontwerp vast te stellen en het college opdracht te geven dit concept-ontwerp uit te werken en de uitvoering hiervan voor te bereiden.

FINANCIËLE ASPECTEN*Financieel:*

Het concept-ontwerp dat middels het co-creatieproces tot stand heeft gekomen heeft een bredere impact op de binnenstad dan alleen de ruimte voor het Marktpllein. Het voorstel om de warenmarkt op een andere wijze in de binnenstad vorm te geven waarbij ook de Telgen, de Brinkstraat en de Enschedesestraat worden benut heeft invloed op het ontwerp van het kernwinkelgebied. Dit project waarvoor reeds een uitvoeringskrediet is verstrekt dient te worden opgenomen in het project Marktpllein. Ook maatregelen voor een duurzame afvoer en afkoppeling van het hemelwater van het bestaande rioolstelsel en maatregelen in het kader van klimaatadaptatie zijn in de plannen geïntegreerd. Hierdoor kan werk met werk worden gemaakt waardoor er meerdere gemeentelijke doelen in één keer worden gerealiseerd. Door deze extra maatregelen is het totale geraamde budget hoger dan in de kaderstelling is meegegeven, maar daar staat ook extra dekking tegenover.

Op basis van het concept-ontwerp van het gehele gebied is een integrale raming gemaakt van de werkzaamheden. Deze zogenaamde SSK (Standardsystematiek voor Kostenramingen) raming geeft het maximale inzicht van de te verwachten kosten zoals die in dit stadium van het project is te geven. De Brinktoren is hierbij vooralsnog buiten beschouwing gelaten en op pm gezet. De toren is op dit moment niet in ons eigendom. Het plan geeft hiervoor wel een invulling en dit komt tegemoet aan de wensen van het co-creatieproces, maar het is nog niet zeker of het de gemeente lukt om het eigendom te verwerven. Ook is er nog geen rekening gehouden met mogelijke subsidies voor bijvoorbeeld klimaatmaatregelen of andere zaken, behalve een al toegekende subsidie in het eerste stadsarrangement van € 50.000. Zoals bij het kaderdocument vastgesteld is de fietsparkeervoorziening buiten de financiële scope van dit plan gehouden. Hiervoor wordt onderzocht of het mogelijk is om dit onder te brengen in een pand nabij het Marktpllein.

Voor de aanpassing van de Kiosk op het Marktpllein en de realisatie van een openbaar toilet dat voor iedereen toegankelijk is, is een stelpost opgenomen van € 250.000. Dit is exclusief eventuele dekking die kan worden gerealiseerd door hogere huurinkomsten.

Dit gezegd hebbende ziet het financiële plaatje van het Marktpllein en het kernwinkelgebied (als totaal genomen, zoals hierboven beschreven) er als volgt uit op basis van de gemaakte ramingen:

Onderdeel	Investering
Verhardingen	1.756.790
Riolering	904.827
Verlichting	393.619
Groen	799.032
Bergingsvijver	422.115
Rooftop&Pergola	1.117.323
Meubilair	985.940
Kiosk&toilet	250.000
Overige (incl. SROI)	349.761
Vorbereiding	155.000
Verlichting +	260.415
Risico / onvoorzien	456.720
Brinktoren	pm
Totaal (ex BTW)	7.851.542

Hier staat de volgende dekking tegenover:

Dekkingsbron	Budget
Budget Marktpluin	3.900.000
Krediet kernwinkelgebied	1.300.000
Bijdrage verlichting	200.000
Bijdrage rioleringsfonds	1.950.000
Bodem	450.000
Subsidies	50.000 + pm
Totaal	7.850.000

Op basis van bovenstaande kan geconcludeerd worden dat het huidige plan financieel past binnen de kaders die de raad heeft gegeven. In de komende periode wordt dit verder uitgewerkt. Op basis van deze uitwerking wordt de raming definitief gemaakt en kan op basis daarvan ook de budgetverdeling definitief worden gemaakt. Op basis hiervan zal aan uw raad de aanvraag voor het uitvoeringskrediet voorgelegd. Naar verwachting zal dit in de zomerperiode (mogelijk na de vakantieperiode) zijn.

Beheer

Hoewel er bij de kaderstelling geen eisen zijn gesteld aan het beheer van het heringerichte Marktpluin is het voor de toekomst van belang dat het Marktpluin ook in de loop van de tijd mooi blijft. Het is één van de visitekaartjes van Hengelo. Dit geldt echter ook voor de heringerichte gebieden zoals de Enschedesestraat en Burgemeester Janssenplein en in de toekomst ook voor De Wetstraat en omgeving. Op dit moment wordt een overall beheerplan uitgewerkt voor de binnenstad in samenspraak met betrokkenen. Hierin wordt de nieuwe openbare ruimte van het Marktpluin en het kernwinkelgebied ook in meegenomen.

BIJLAGE(N)

- Weendrioting doorkijk
- Het rooster van de 4 scenario's
- Klap d'r op dec'20
- Marktpluin conceptontwerp Bird-Eye
- Marktpluin plankart conceptontwerp
- Toelichting Okra op het concept ontwerp
- Deelnamecijfers bij marktpluinplannen in Nederland en Hengelo

Dit raadsadvies is vastgesteld door het college van B & W van Hengelo.



september 2020

Weendrieching

Tekst: Rode Wouw, Joop Hofman, Marijn Roze

Het nieuwe Marktplaats kennen we nog niet. We weten niet hoe het werkt of leeft. We weten niet hoe het er op papier uit ziet. Want zover zijn we nog niet. Wel hebben de vijf Maaksessies en het onlineproces aangegeven dat het zeker veertien bestanddelen kent. Dat moet in elk ontwerp voor het plein terug komen. Het eerste deel van dit verslag gaat daar over.

Daarnaast waren er bij de start van de Maaksessies drie grote dilemma's. Over het hoofdkarakter van het plein, de sfeer en de bebouwing. Daar zijn door de Hengelse inwoners en ondernemers voorstellen voor gemaakt. Dat is het tweede deel van dit verslag.



Dit samen is hoe de wind nu waait, de richting.¹ Het is de maatschappelijke opdracht van Hengelo, aan Wim Voogt van Orka om vier scenario's te maken.

En vergezeld gaand met een oproep van een bewoonster op de laatste Maaksessie: "Dit is het. Duidelijk. Doe uw best. Maar verras ons ook."

De Maaksessies zijn de derde stap van zes. De eerste is de kaderstelling door de gemeenteraad. Stap twee is starten met ideeën, creativiteit, meningen, plannen en energie van Hengelse ondernemers en bewoners. De derde stap is de Maakfase, de bijeenkomsten waar Hengeloërs, al die ideeën en plannen omzetten in voorstellen. Soms gaat het om onaffe ideeën, of tegengestelde plannen. In stap vier wordt door de architect, de diverse voorstellen omgezet in vier scenario's. En kunnen inwoners en ondernemers er op reageren met plus- en minpunten. Vervolgens maakt de architect in stap vijf er één concept-ontwerp van. Opnieuw kunnen Hengeloërs er op reageren. En met deze reacties als finishing touch maakt de architect het eindontwerp. Deze gaat naar de gemeenteraad die in stap zes er een besluit over gaat nemen.

De foto's bij de teksten zijn de 12 meest gekozen beelden tijdens de Maaksessies. Uit een reeks van 67 op gebied van functies, sfeer en bebouwing hebben bewoners en ondernemers steeds hun eigen referentiebeelden en praatbeelden letterlijk op het plein gegooid: "Dit is waar ik met anderen over wil praten". Het zijn foto's die door bewoners en ondernemers in de eerdere Droomfase zijn aangeleverd. De beelden vertegenwoordigen ook vaak meer dan één wensbeeld (bv groen + ontmoeten + speelt). Ter verduidelijking: het zijn geen eindplaatjes, maar beelden die bewoners inspireren om met elkaar in gesprek te gaan over het Marktplaats. De teksten zijn een weergave van de gesprekken.

De beelden van de kiosk, toren, markt en de beren zeggen niks over referentie, -of wensbeelden, ze geven aan dat inwoners en ondernemers daarover het gesprek met elkaar wilden aan gaan.



¹ Verwijzend naar de Hengeler Weendwiezer op de toren, van kunstenaar Pier van Dijk, ook een deelnemer aan de Maaksessies.

1. De bestanddelen voor het Marktpllein

1. Groen



Een plein met veel groen. Weelderig. Natuurlijk aangelegd. Geen vol bos, geen park. Stedelijk groen.

Eilandjes van bomen Diverse soorten (alle jaargetijden), diverse maten. Je kunt onder en tussen de bomen zitten. Het is er speels, gelaagd. Je kunt er tussen doorlopen en spelen.

Het groen is aantrekkelijk (decorgroen), uitnodigend om er te verblijven, en is een bijdrage aan de klimaatvragen (duurzaam, hittestress, Co2, biodiversiteit).

Je moet het op ooghoogte kunnen beleven en niet een ontwerp wat je alleen vanuit de lucht snapt.

2. Water



Water dat speels is, iets mee kunt beleven. Geen bak water. Verschillende functies: kijkwater, speelwater, schaatsen (?), klimaat (verhitting).

Het water combineren met de bomen.

3. Ontmoeten en verblijven



Het plein is een plek om elkaar te ontmoeten, af te spreken, en leuk genoeg is om langer te blijven hangen en verblijven. Dus natuurlijke zitplekken, andere zitlocaties. En terrasjes met lichte horeca. Voor koffie, thee en eigen boterham of visje eten.

Bij het verblijven op het Marktpllein moet je ook de klasse van een aantal gevels goed kunnen zien. Mn. voormalig Cosa. En speelse verlichting of interactief die het plein afmaken. Mag wat spannends worden, en nietschreeuwerig.

Een open, niet al te grote, hal of serre kan bijdragen aan het ontmoeten. De hal is multifunctioneel te gebruiken, een afspreekplek, workspace (wifi), plek voor kunst, kleine optredens en het kan het plein intiemmer maken of juist als markering dienen tussen Brink en Marktpllein. De ruimte kan ook een marktfunctie krijgen. Bv voor een droge markt, kindermarkt, het fooddeel van de bestaande markt of benut worden voor meer dan dagelijkse boodschappen-markt, zoals markt die van buiten Hengelo mensen trekt (rommelmarkt of seizoensfairs).



4. Spelen

Spelen is belangrijk op het plein. Natuurlijk spelen. Maar ook een gewaagd speelelement als antwoord op het brede verlangen om iets markants neer te zetten. Spelen als plek voor kinderen, voor ouders, opa's en oma's. Een evenement als de winterse ijsbaan wordt enorm gewaardeerd. En een podium. Variërend van kuil tot amfitheater.



5. Markt



De markt hoort thuis op het Marktpllein, maar een groot deel van de markt mag uitwaaiëren naar de binnenstad. Een lintmarkt. Dit omdat het daarmee de binnenstad versterkt ("Dagje markt wordt dagje Hengelo"), de marktverandering tijdens corona pakte ook goed uit voor marktkooplui, het wordt door bewoners gewaardeerd, én het geeft letterlijk meer ruimte om het Marktpllein voor al zijn nieuwe functies te herinrichten als hét plein van en voor de stad.

Markant iets, één ding

Het marktpllein is vooral ontmoeten, verblijven, genieten. Niet veel poespas. Wel kwaliteit. En ergens op, in, aan het Marktpllein is er een markant 'iets'. Een eyecatcher, een trekker, een 'trotsmaker' waar je van kunt genieten en die er voor zorgt dat mensen over dit stukje Hengelo gaan praten.

6. Marktpllein

Het plein is niet zomaar m² steen. Maar is onderdeel van de binnenstad. Het verhoudt zich goed tot de Enschedesestraat, het Evenementenplein, het Prins Bernhardplantsoen en ook het Stationsplein.

De Enschedesestraat en het Evenementenplein zijn geslaagde voorbeelden. Kopieer niet, maar zorg dat het familie van elkaar blijft. En maak ook een passend groenplan voor de hele binnenstad.

7. Beren



De beren zijn geliefd. Laat ze op het plein. Dat mag op de huidige plek, mag ook op andere plek. De beren zijn de reden waarom gezinnen naar de binnenstad trekken. Zet ze in het water. Laat kinderen er wel mee spelen en laat iedereen (Hengeloër, toerist, passant) een selfie maken bij de beren.

8. Toren



De discussie rond de brinktoren spitst zich toe op "Waarom laten staan, het voegt niks toe" naar "Hij staat er, we gaan er functies aan toe voegen". Het laatste krijgt steeds meer de overhand.

Heel functionele functies als lift naar parkeergarage, etalage voor kunst, herstel de klok en de beeldschermen en die gebruiken voor binnenstadnieuws en

interactieve games. Maar ook functies die van de toren een statement maken: rooftopbar, waterval vanaf de toren, green screen, verticaal groen zodat het een groene kathedraal wordt, klimwand.

De voorkeur hangt meer en meer over naar een wat meer statementachtige functie van de toren.

9. Kiosk



De kiosk wordt belangrijk gevonden. Niet persé omdat hij voorziet in behoefte, maar omdat het vooral past als voorbeeld van Hengelose identiteit. Het is wederopbouwarchitectuur. De kiosk verdient een upgrade. Uitbreiding met terrassen. Misschien wel een podium op het dak.

10. Verhaal van Hengelo

Het totale plein moet het verhaal van Hengelo onderstrepen. Benadrukken van de wederopbouwgevels en delen van de wederopbouwarchitectuur op en rond het plein. Iets om trots op te zijn. Dat kan door groen en bomen zo te plaatsen dat ze de gevels accentueren in plaats van verbergen. En dat kan met het goed aanschijnen (verlichting) van de wanden. Ook kunst met een knipoog naar het verleden kan bijdragen.

11. Fietsparkeren

In de buurt van het plein is er ruimte nodig voor 'flitsparkeren' en goede fietsenstalling nodig. Een plek die bewaakt is, zodat je je dure e-bike ook met een gerust hart stalt en de tijd neemt de stad in te gaan. Hiervoor kunnen ook de (achterste) ruimten van nu nog leegstaande panden gebruikt worden.

12. Toegankelijk

Het Marktplaats moet uitnodigend en toegankelijk zijn voor mensen met een beperking.

13. Toilet

Goede, schone, toiletvoorzieningen voor iedereen die naar de markt wil komen.

2. Hengelose voorstellen en overwegingen voor drie Marktpluin dilemma's

Over veel ingrediënten voor het nieuwe Marktpluin is Hengelo het wel eens. Over drie onderwerpen, ook wel dilemma's genoemd zijn Hengeloërs met elkaar in gesprek gegaan en zijn samen tot voorstellen gekomen om die dilemma's op te lossen.

1. Het hoofdkarakter van het plein

Een levendig en druk plein of een ontspannen en rustig plein. Beide wensen zijn veel gehoord tijdens de droomfase. Die wensen lijken tegenstrijdig. Hengelo vond van niet. Wat de deelnemers aan de maakbijekomsten betreft is er ruimte voor beiden. De volgende voorstellen zijn gedaan om recht te doen aan beide wensen.

- **In de basis een rustig en ontspannen plein, met;**

- Op momenten ruimte voor meer reuring en activiteiten.
Bijvoorbeeld;
 - » *Donderdag t/m zondag druk en levendig, maandag t/m woensdag rustig en ontspannen*
 - » *Tijdens markt levendig en druk, andere momenten rustig en ontspannen*
- Levendigheid door evenementen op wisselende momenten
- Ruimte en mogelijkheden voor Hengeloërs, verenigingen, scholen etc. om iets te organiseren of op te treden waarvoor er dan reuring is.

- **Een deel inrichten voor rust en ontspanning en een deel voor druk en levendigheid;**

- Het Brinkplein benutten voor rust en ontspanning en het Marktpluin voor drukte en levendigheid
- Beide pleinen fysiek afscheiden met een gebouw, overkapping, object, bomen, toren waardoor beiden echt een apart plein zijn.

2. De sfeer van het plein

Hengeloërs hebben heel veel ideeën voor functies op het Marktpluin. Je moet er kunnen zitten, spelen, ontmoeten, handelen (markt), verblijven, het plein moet uitnodigen tot stoppen, tot er zijn. Je moet kunnen genieten van de wederopbouw architectuur en voor voorstellingen en optreden. Is er ruimte genoeg op het Marktpluin voor al die functies of moet er een keuze gemaakt worden? De deelnemers aan de maakbijekomsten zijn tot de volgende voorstellen gekomen;

- **Het hart van de markt op het Marktpluin, uitwaaiend door de stad**

- Er is veel animo om de Markt als een lint door de stad te laten slingeren. Waarbij de Markt haar hart wel op het Marktpluin houdt, zodat je je favoriete kraam wel kunt vinden.
 - » *Sommigen zien graag het fooddeel van de markt op het Marktpluin en de andere kramen door de stad.*
 - » *Anderen zien vooral een mix van kramen op het Marktpluin en door de stad.*

- **Veel verschillende functies als een pluspunt**

- *Ontmoeten*
Hengelo ziet graag veel verschillende wensen terug op het plein. Een plein waar je af gaat spreken en mensen kunt ontmoeten wordt belangrijk gevonden.
- *Gezelligheid*
Daarnaast mag er meer daghoreca komen, wat zorgt voor meer gezelligheid en (lichte) reuring.
- *Spelen*
Doormiddel van speelse elementen uitgenodigd worden om te spelen. Geen standaard speeltoestellen maar iets uniek. Kan ook kunstobjecten als speelaanleiding.
- *Groenbeleving*
Het plein moet echt groener. Groen op verschillende niveau's, maar in ieder geval op ooghoogte moet het echt groener worden.
- *Water*
Speels water, voor klimaatadaptatie, spelen en beleven.
- *Kunst*
Op het plein laten zien dat Hengelo een kunstenaarsstad, met speelse volkskunst. Inloop / etalage-plekken voor Hengelose kunst, laagdrempelig en uitnodigend. Een kunstwerk, het liefst speels. Kunst als unieke speelplek.
- *Doen*
Ruimte voor kleine evenementen. Dat kan in een hal of overkapping. Als podium en plein van de stad, waar de stad, haar inwoners en verenigingen kunnen optreden en kunnen organiseren. Een open en informeel plein van en voor de stad. Laat het open zodat het dienstbaar kan zijn aan de stad.
- *Trots.*
Een plein waarvoor je naar de stad komt omdat het iets extra's (kwaliteit, eyecatcher, beleving of i.d.) heeft waar je trots op bent.

- **De sfeer van de Enschedestraat spreekt aan, maar geen letterlijke kopie**

- De sfeer, de kleur, het groen van de Enschedestraat spreekt Hengelo aan. Het plein moet wel onderscheidend zijn en ook recht doen aan de wederopbouw kwaliteiten en de gevels.



Tekening: Charlotte van der Veen

3. Bebouwing op het plein

Hengelo wil de beren houden, het liefst in het water op een mooie plek. De toren mag blijven mits die functioneel wordt. En de kiosk is vanwege wederopbouw architectuur belangrijk voor de historische waarde. Om de kiosk meer van waarde te laten zijn en de toren een functie te geven zijn tijdens de Maakbijeenkomsten de volgende voorstellen gedaan;

- **De Beren van Hengelo**
 - Bijna unaniem wil Hengelo de beren houden. Ze mogen in het water of op een mooiere plek, er moet wel met de beren gespeeld kunnen worden.
- **De toren, nog niet van Hengelo**
 - De toren mag blijven, mits die functioneel wordt. De ideeën;
 - » Groter maken aan de voet waardoor er ruimtes ontstaan voor bijvoorbeeld RadioHengelotv, Hengelopromotie of Oyfo.
 - » Klimtoren, abseilen.
 - » Waterval
 - » De toren in het water zetten
 - » Ontmantelen en de metaalconstructie laten zien
 - » De toren als toegang naar de parkeergarage
 - » Verticaal groen
 - » Als uitkijktoren
 - » Interactief videoscherm
 - » De toren in een element, bijvoorbeeld bank of ander object
 - » De toren als toonkamer van de historie van Hengelo
 - » Rooftopbar
 - » De toren als toekomsttoren. Innovatief, high tech
 - » De toren als communicatietoren. Informatief over wat er op het plein gebeurt.
- **De kiosk, versterken van de wederopbouwarchitectuur en gericht op het Marktpllein**
 - De kiosk mag aangevuld worden met een terras, theetuin of biertuin aan de Marktpllein zijde en / of op het dak
 - Een goed volwaardig invalidentoilet
 - Een café functie
 - De historische waarde meer zichtbaar maken
 - Lunchroom / café zodat er overdag meer mensen op het plein zijn
- **Openbaar toilet**
 - Een goed openbaar toilet, toegankelijk voor minder validen en een goede baby verschoonplek.
- **Een overkapping / bebouwing**
 - Een overkapping om evenementen en activiteiten droog te houden
 - Bebouwing kan het ontwerp van het plein verbeteren, het is nu niet in evenwicht.
- **Fietsenstalling**
 - Geen fietsen op het plein. Het liefst omliggend of eronder
 - Twijfel over gebruik van een ondergrondse plek.
 - Twee opties;
 - » Op en rondom het plein voor korte bezoeken
 - » Bewaakt ondergronds of in een winkel voor lange bezoeken en dure fietsen.



Gemeente
Hengelo

www.hengelo.nl

Colofon

Dit is een uitgave van de gemeente Hengelo. Aan de inhoud van deze nieuwsbrief kunnen geen rechten ontleend worden.



16 november 2020

Op het rooster ¹

Joop Hofman, Marijn Roze

Doorkijk van reacties inwoners en ondernemers op de 4 Marktplainscenario's

Scorebord

Met de laatste reactie van een inwoner diep in de nacht van 15 november (01.26 uur), wordt deze fase van het cocreatieproces marktplaats afgerond.

We zijn de laatste 2 weken via 5 kanalen in gesprek gegaan met Hengelose inwoners en ondernemers.

- Er zijn 668 reacties binnen via de website www.hengelo.nl/Marktplaats. Dit zijn 352 inwoners/ondernemers
- 40 Hengeloers hebben uitgebreid gereageerd via email bij marktplaats@rodewouw.nl
- Er zijn 8 (kleine) online gesprekken gevoerd. Met in totaal 90 deelnemers. Waaronder 1 [livesreamgesprek](#) met 40 deelnemers en 220 terugkijkviews.
- Bij Hengelo Promotie zijn 2 reactieformulieren binnen gekomen
- Op 14 november is op de markt met alle 45 marktondernemers gesproken en nabesproken

In totaal hebben **528** Hengelose inwoners en ondernemers, op deze manier en in deze fase van het proces meegedaan



Met in totaal ruim 1000 beargumenteerde reacties op de vier scenario's.

Basis

Op weg naar één ontwerpplan voor het marktplaats zijn de volgende 11 onderwerpen van belang. Deze onderwerpen (voorstel, visie, functie, sfeer, of iets anders) komen, in deze volgorde, het vaakst terug in de 1000 reacties. Om in scenariotermen te blijven, dit zijn de hoofdonderwerpen. Meer dan 700 van alle reacties gaan over het groen. En het 11^e onderwerp, kunst, komt in 22 reacties voor.

- 1 Groen.** Niet verassend omdat het ook de uitkomst was van de eerdere fasen in het proces. In de bestaande scenario's wordt overal het groen als voldoende beoordeeld. Er is een kleine groep die meer groen wil ("schaduw, biodiversiteit, duurzaamheid") en een bijna vergelijkbare groep die minder of geen groen wil ("is een stedelijk plein, voor groen is er het Prins Bernhardplantsoen"). Groen wordt vooral gezien voor de sfeer ("gezellig"), leuk om elkaar te ontmoeten, mooi aangezicht. En in de tweede plaats als antwoord op klimaatontwikkelingen ("ik kom al een jaar niet meer in de stad. Met groen ga ik ik weer komen").

De sfeer van scenario 1 spreekt het meest aan, maar ook de weelderigheid van de wadi van scenario 2. Het groen van scenario 3 verdwijnt uit het zicht van het plaatje doordat het plein domineert. En in scenario 4 worden de bomen positief beoordeeld, maar graag speelser geplaatst, diverser en hoger, om zo de marktwagens er een plek te kunnen geven.

- 2 Water.** Dat is de tweede uitkomst, die rechtstreeks voortkomt uit de Maaksessies. De combinatie met de beren in de buurt van de toren, wordt het meest ondersteund. De klimaatwadi mag wateriger. Het is van de drie hoofdresultaten van de Maaksessies, het onderdeel wat mensen het minst duidelijk terug zien komen. Ondanks de voorbeelden van de berenvijver, wadi's, stroompjes in Brinkstraat of de waterval. Iets meer water mag. Want "water doet het altijd goed" en "we moeten iets met de hitte in de stad".
- 3 Ontmoeten.** Dit is de derde hoofdopbrengst uit de Maaksessies. En komt in alle scenario's goed terug. Er blijft een vraag om meer terrassen en tegelijkertijd publieke zitplekken. De rooftopbar uit scenario 1 is de meest sterke ingreep om het ontmoeten te organiseren. Maar ook op andere plekken op het plein. Graag wel extra aandacht voor het ontmoeten tijdens het spelen. Dus zitplekken in de buurt van speelplekken.

¹ Iemand of iets aan de tand voelen, kritisch bevragen

4 Brinktoren. De teneur is dat de toren in de huidige ruimte en zoals ie er nu uit ziet lelijk is. Menig reactie kiest voor andere woorden. Maar, maar, maar.... met de vier verschillende voorstellen die er nu gedaan worden, en die de toren een functie geven die verder gaat dan "in de weg staan", begint er ook meer sympathie voor de Brinktoren te ontstaan. Meer dan 80% van de reacties ondersteunen één van de voorgestelde functies van de toren. Drie voorstellen springen er uit. De lichtprojecties (scenario 2) kent felle voorstanders ("innovatief, gedurfd, eindelijk") en tegenstanders ("gaat kapot net als klok, scherm en leilindes, te veel zonlicht, onprettig voor omwonenden"). De twee meest scorende voorstellen zijn het verticale groen en de waterval. De laatste wordt vooral gewaardeerd in combinatie met de beren en een waterpartij. De groene toren kent iets meer voorstanders, en ook iets meer tegenstanders. De tegenstanders wijzen op het onderhoud, angst voor kaal groen in de winter. Een paar keer wordt de combi van groene toren plus waterval genoemd.

5. Markt. De discussie over de markt gaat over lintmarkt of pleinmarkt. Veruit het overgrote deel van Hengeloërs gaat voor een lintmarkt. De verhouding ligt 90-10. De lintmarkt wordt gezien als gezelliger voor de stad, meer flaneren door alle straten waardoor winkels ook een graantje meepikken. "Een dagje markt, wordt een dagje binnenstad". Daar komt bij dat veel inwoners aangeven dat het geen plein moet zijn voor 2 dagen markt en 5 dagen leegstand. De tegenstanders wijzen op de langere loopafstanden tussen kramen. Met name voor mensen die heel gericht hun wekelijkse boodschappen komen doen en voor ouderen en minder mobiele mensen.

Een bijzondere rol in deze discussie is er voor de ondernemers in de binnenstad en de marktondernemers. De groep binnenstadondernemers die meegedaan hebben in de gesprekken zijn verdeeld. Een deel wil graag meer lintmarkt ("meer traffic, gezelliger, niet met de rug naar de winkel") en een deel niet ("sluit winkel af, neemt etensgeuren mee").

De marktondernemers stellen zich meewerkend op in het zoeken naar een oplossing. Bijna iedereen kiest voor een markt op het plein, een enkeling heeft geen problemen met een lintmarkt. Nadeel van een lintmarkt is de verspreiding van de markt, de loopafstanden tussen de kramen, de interactie met andere kramen vermindert, en de aan-, en afrijtijd voor marktkooplui neemt toe.



Gerrit de Jonge heeft scenario's al doorgetekend en overhandigt ze aan Joop Hofman (Rode Wouw)



Vier scenario's draaien 2 weken bij Hengelo Promotie

6. Beren. Zoals uit de eerdere bijeenkomsten al bleek zijn de beren populair Hengeloos goed. Door ze te plaatsen in het water neemt de populariteit alleen maar toe. Met name de combinatie rond de toren (scenario 4). "Instagrammable!, dé plek waardoor Hengelo de wereld over gaat". Maak wellicht stepping stones in het water of laat de blauwe druppels ook plekken zijn voor foto's.

7. Rooftopbar. Deze roept veel op. Driekwart van de Hengeloërs die reageren zijn enthousiast. En zien zich al zitten op het terras ("koffie, in zon, heeft een brekende werking op het plein, mooie view op het nieuw plein") en benoemen dat dit iets bijzonders in Oost Nederland is. Een kwart van de mensen hebben bedenkingen. Dat zit vooral in de exploitatie, "dit staat of valt met goede horeca", terwijl anderen zeggen dat het vooral ook een open plek voor iedereen moet zijn. Anderen bedenkingen: is moeilijk toegankelijk voor minder mobiele, staat op plek met veel wind dus niet open laten. En wat in de winter? Daar staat tegenover dat iemand anders dit in de winter ziet als een ideale locatie voor een winterfeest. Er worden suggesties gedaan om deze rooftopbar op te trekken als symbool voor de Hengeloëse industriegeschiedenis. Dus maak er iets industrieels van. Zowel Oyfo als de ROC hebben gereageerd door aan te bieden mee te willen doen aan deze ontwikkeling.

Ook is de locatie van de rooftopbar nog een punt. Want ontnemt het op deze locatie het uitzicht op de mooie wederopbouw wand of onderstreept het deze wand doordat je er op ooghoogte nu naast zit? Een suggestie is om het met een halve verdieping te verlagen, dan is het gelijk een podium

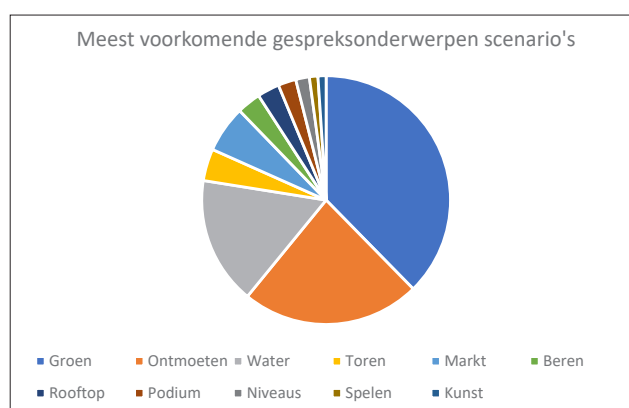
Dat dit onderwerp getalsmatig zo veel reacties op roept is bijzonder omdat het maar in één van de scenario's voorkomt, de andere onderwerpen komen in meerdere scenario's voor.

8. Podium. In twee scenario's zijn een podium ingetekend en in twee niet. Bij de reacties op alle scenario's wordt gevraagd om een podium. Beide podia (scenario 3 en 4) worden positief ontvangen. Gaat vooral om een podium voor kleine optredens, lokale cultuur en verenigingen.

9. Niveauverschillen. Dit punt wordt in alle scenario's waar ze in staan positief ontvangen. Bijna altijd met twee opmerkingen er bij; zorg dat het altijd toegankelijk blijft voor minder mobiele mensen en zorg dat het niet gevaarlijk is. De niveauverschillen worden vooral gezien als "mooier plaatje en beleving". Maar met name in de gesprekken kwam ook steeds vaker het argument "klimaatoplossing" op tafel. Kenmerkend is de discussie tussen een bewoner/architect die aangaf dat de niveaus niets toevoegden aan de ruimtelijke visie, en een andere bewoner: "Dit is geen keuze meer. Als we niks met water doen gaat het ons miljoenen kosten. In Enschede lopen om de paar jaar de winkels over met 10 cm water. Dat willen we hier niet." De marktkooplui geven aan dat niveauverschillen onder hun kramen onprettig zijn en ronduit slecht voor het personeel.

10. Spelen. Hoewel er voldoende plek voor spelen lijkt in de scenario's mag dat wel een extra focus hebben. Spelen voor bezoekende families met zitgelegenheid in de buurt en spelen voor bewoners van de binnenstad. Bij voorkeur in de stijl van het plein, dus met natuurlijke speelaanleidingen. Ook spelen voor jongeren van de groep 13-18 jaar verdient een plek op het marktplein. Dat kan in deze scenario's, maar mag meer benadrukt worden.

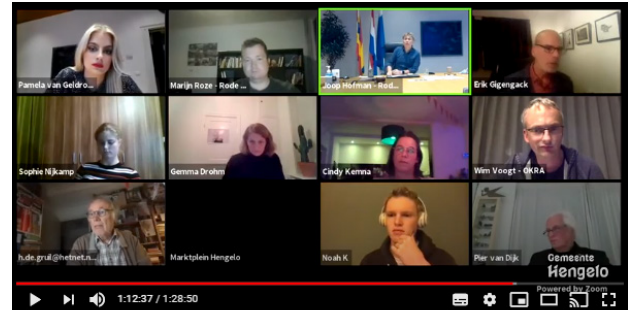
11. Met 10 onderwerpen afsluiten voelt logisch maar er is een elfde onderwerp: **Kunst**. Het heeft net zoveel reacties als 'spelen'. Met name in de gesprekken naar aanleiding van de scenario's kwam dit thema boven. Kunst kan in de ruimtes rond het marktplein, zoals onderin de Telgenflat. Kunst kan ook als trekker op het plein en dan Hengelo als kunststad weer een nieuw gezicht geven. Moving art, iets dynamisch bijvoorbeeld. Te starten met de kunstwerken van Rinus Roelofs. Het onderstreept de vraag dat het plein een sterk programma nodig heeft, met onderscheidende activiteiten.



Over online 'In gesprek'

Zoals gezegd hebben er in 2 weken 8 online gesprekken plaatsgevonden. De teneur in deze gesprekken was dat er gaandeweg meer kennis en inzicht in de scenario's ontstond. En soms veranderden opvattingen van inwoners en ondernemers. "Ik ben om. Eerst dacht ik dat het voorstel een grote, kale vlakte was. Maar nu zie ik het vele groen opeens in dit plan. Eigenlijk zit alles er in". Bewoners gingen de discussies

aan met elkaar. Waardoor het niveau van 'meningen ophalen' oversteeg. "Ik kwam hier binnen met een sterke voorkeur, maar ik heb nieuwe argumenten gehoord. Het groen van dit scenario is me opeens meer waard geworden." Ook het nauwkeuriger bekijken van de plannen opende letterlijk een aantal ogen: "Ja, ik ziet het nu, de bomen zijn weggehaald waardoor we de wederopbouwgevels beter zien".



De gesprekken leverden ook op dat er meer over de programma's voor het marktplein werd gepraat. Er werd met name meer over kunst op het plein gesproken. Vooral voor die pleinontwerpen met veel open oppervlakte. En in de gesprekken met ondernemers kwam de verkeersstroom van de Brinkstraat, de opties voor parkeren aan de Molenstraat, de positie van de Molenstraat als winkelstraat en het groenere karakter van de Telgen aan de orde.

Binnenstadondernemers

Samen met SCH zijn alle binnenstadondernemers opgeroepen en uitgenodigd om te reageren en deel te nemen aan online gesprekken. In totaal ging het om 14 binnenstad-ondernemers.

Er was een duidelijke ondernemersinkleuring. Namelijk accent leggen op meer binnenstadbezoekers. Daar kan de rooftopbar een goede rol in spelen. Maar een grotere eye-catcher (voorziening, activiteit) mag ook nog. Er wordt op gewezen dat het plein de verbindingen moet houden met de Enschedesestraat en de Telgen en vooral ook met de Molenstraat. Want een afrondend ontwerp kan er toe leiden dat de Molenstraat uit beeld valt. Het plan moet dan ook vooral uitnodigend zijn richting Molenstraat.

Tav de verkeersstromen wordt vooral de situatie van de Brinkstraat richting Enschedesestraat genoemd. Het is een belangrijke fietsroute, die blijven moet, veilig(er) moet en niet te veel belemmeringen mag opleveren. De huidige vergroeningsvoorstellen van de Brinkstraat worden deels ondersteund, ze moeten wel op veiligheid voor fiets en loopverkeer beoordeeld worden.

Marktondernemers

Alle marktondernemers hebben de scenario's en vragenformulieren op papier overhandigd gekregen. Een week later, zaterdag 14 november, was de Rode Wouw op de markt en zijn alle marktondernemers afzonderlijk bezocht en is er met hen gesproken. Zo goed als alle marktondernemers vinden

en snappen dat het plein een opknapbeurt mag krijgen en dat het wat groener mag. Ook werd er veel onderscheid gemaakt tussen wat voor Hengelo het beste zou zijn en wat voor de marktkooplieden het beste zou zijn. Over de plek van de markt wordt verschillend gedacht, maar over



het algemeen is er een voorkeur voor de markt op het marktplaats, waarbij er best een aantal marktkramen in de omliggende straten mogen staan, net als nu in corona-tijd. Een markt onder bomen wordt door een aantal als goed mogelijk gezien, mits de onderkant van de bomen hoog genoeg is voor de bevoorradende vrachtwagens.

Andere marktplaatsplan onderwerpen

Er is nog een aantal onderwerpen die regelmatig op straat liggen of bij Tubantia of 1Twente klinken. Uit de reacties op de scenario's is daarover het volgende te halen:

- De bebouwing rondom het plein moet meer hoogte krijgen. Dit is 5 keer genoemd.
- Er mist een doorgrondende visie op het plein en wat ze moet betekenen voor Hengelo. Een gevolg daarvan is dat het "vooral een groen tapijt" wordt. Iets in deze trant wordt door 6 mensen aangegeven in de reacties.
- Bebouwing op het plein. Dat onderwerp komt vaker voor. In totaal 14 van de ruim 1000 inhoudelijke reacties gaan daarover. Drie noemen nogmaals dat bebouwing ongewenst is. Twee wijzen op hun eerdere keuzes voor het Hijschgebouw. En negen mensen zien graag bebouwing op het marktplaats: een woongebouw, een markthal of een appartementencomplex.

Co-creatieproces

Het cocreatieproces voor het marktplaats gaat zijn finale stappen in. Dat betekent dat er steeds meer af valt en afvallen ook steeds pijnlijker wordt. Dus wordt het ook rumoeriger. Uiteindelijk blijft er in de finale één plan over. De eerste stap begon 2 juli met de kaders van de gemeenteraad, in de weken daarna zijn 1200 Hengelose ideeën, plannen en energie op tafel gekomen, in september zijn in Maaksessies met 180 inwoners en ondernemers deze plannen omgezet in voorstellen. En precies zoals vastgesteld in de kaders, waren deze voorstellen de opbrengst voor architect Wim Voogt om met 4 scenario's te komen. De bespreking van de 4 scenario's moet in december leiden tot een concept ontwerp voor het marktplaats. Uit de kadernotitie: "reacties en reflecties van Hengeloers vormen daarvoor de basis. De landschapsarchitect krijgt deze kwalitatieve reacties mee als 'huiswerk van de samenleving' voor het maken van een ontwerpvoorstel". Ofwel, in deze notitie gaat het er om, om grote lijnen én de kwaliteit van de reacties -van 528 bewoners en ondernemers- uit de scenariobesprekingen

te benoemen. En dat te zien als huiswerk voor Wim Voogt (OKRA) om het concept ontwerp te maken. Daarna volgt er in december nog een afrondende bespreking met inwoners en ondernemers.

De scenario's zijn dan ook in de zin van "wat spreekt me waarom aan" en "wat kan anders, hoe dan" besproken. Nieuwe planvoorstellen waren in deze fase niet meer aan de orde. Wel hebben een aantal mensen voortgeborduurd op de scenario's met nieuwe voorstellen. Opvallend was dat in de vorige fases veel Zuid-Europese voorbeelden kwamen, nu wat noordelijker met twee inspirerende voorbeelden uit Stockholm².

De 4 scenario's zijn breed besproken met de inwoners van Hengelo. Dat brede kon ook, omdat er in de voorgaande fasen een relatie is opgebouwd met vele tientallen tot honderden 'meemakende' Hengeloërs. Maar de lockdownregels (geen groepen groter dan 2 personen) blijven beperkend voor een goed gesprek. Een fase in het proces wat al meer dan vijf maanden duurt.

De 4 scenario's leverden genoeg gespreksstof op. Elk scenario kende wel een aantal absolute voorstanders en tegenstanders. Ze waren onderscheidend genoeg om het voor- en tegenvuur aan te wakkeren. Zoals vermeld in de kaderstelling was deze stap niet bedoeld om een enkelvoudige voor- of tegenstem op te halen, maar om kwalitatieve reacties. De grote waarom-vragen.

Dat maakt ook dat de stad grote bewondering verdient. 528 Hengeloërs die niet een voor- of tegenstem, of een like geven, maar elkaar en de stad voeden met onderbouwde verhalen. De vele Hengeloërs werken niet alleen mee in het proces, maar ook aan het proces. Op Facebook wordt het gedeeld door platforms als 'Hengelo Helemaal Stil?' en '074 Hengelo-jaren, 60,70,80, 90'. Diverse raadsleden delen het proces in hun rol als ambassadeur. En stakeholders als SCH, de Marktbond, Bos op Het Plein, Hengelo Promotie, Gehandicaptenraad en de Horecavereniging sporen hun netwerken in de stad aan om hun rol te pakken, zonder dat ze zelf een inhoudelijk standpunt innemen.

² <https://www.archdaily.com/788616/ostermalms-temporary-market-hall-tengbom> en <http://www.colourbynumbers.org/en/still.html>

Van binnenuit

Wat valt ons op?

De trend die we in de trendrapportage (8 september 2020) na de eerste stap melden zet zich door. Groen, water, ontmoeten, beren er bij, een toren met een mooie functie, gezellig en sfeer, ruimte voor spelen, en een uitwaaiende markt zet zich ook in deze derde stap door. Wel komen een aantal onderwerpen sterker in beeld:

- De markt als marklint was toe nu toe een optie. De overgrote deel van de Hengeloërs is daarvoor. De Marktkooplui staan daar open in, maar denken daar in meerderheid anders over.
- Kunst als een trekker op of aan het plein is ook sterker hoorbaar.
- Klimaat adaptieve maatregelen. Deze zitten er in met een wadi en verdiept plein, maar er is vraag naar meer! Plus dat het verder ontwikkelen van het plan circulair gaat.
- Een discussie over het plein als eyecatcher, of met één dominant thema. De term 'stoer' komt steeds vaker terug. Zonder dat iemand daar inhoud aan kan geven wat echt anders is, dan de 4 scenario's aan toekomstige mogelijkheden geven. Wel komt er vaker aan de orde in hoeverre het marktplaats een statement moet hebben voor Twente en Oost Nederland. "We moeten onze Hengeler Weend weer laten waaien." Dat kan ook met de rooftopbar of functies aan de Brinktoeren.
- Hoe dichter we bij het einde van het cocreatieproces komen, hoe vaker genoemd wordt dat het marktplaats een programma nodig heeft. Dat wil zeggen: er moet iets gebeuren. Want een goed plein maak je niet, dat ontstaat. Sport, cultuur zijn vaak genoemde voorbeelden.
- Ten aanzien van het proces zijn er een aantal reacties ontvangen om het co-creatieproces te herroepen en dat de politiek de ontwerpmacht weer terug moet nemen, uit handen van inwoners. En andersom veel meer reacties dat deze vorm van samen met de inwoners ontwerpen ook het nieuwe ontwerpen moet zijn en worden voor andere projecten in de stad. "Hier geldt regel 1. Dat is dat je het nooit goed kunt doen. Maar jullie doen iets heel moois met de stad."

En dan is er een zichtbaarder generatieverschil. Voor jongeren is het vanzelfsprekend dat er duurzaamheidsmaatregelen worden getroffen en zelfs een must. En dat de verdere ontwikkeling van het marktplaats circulair is. Voor ouderen (de grens weten we niet exact) zijn dat afwegingen die minder doorleefd zijn en daardoor niet voorop staan in het bespreken van de scenario's.



Er wordt op 3 manieren beoordeeld:

1 Spreekt me dit aan.

Is het leuk gezellig, kan ik me er vermaken, wil ik hier naar terug gaan, maakt me ook wel trots. "Het groen staat me aan, vooral wat weelderig, leuk om naar te kijken"

2 Is het functioneel.

Voegt het wat toe wat we missen of neemt het iets weg. "Het groen van bomen zorgt voor schaduw, levert een bijdrage aan onze klimaatproblemen in binnensteden maar de bomen zijn voor het plaatsen van de markt een belemmering"

3 Past het in een concept.

Dus past het binnen het denken over de binnenstad (ruimtelijk of economisch), of is het onderdeel van een duurzaamheidsconcept. "Het groen van de wadi daar ontkomen we niet meer aan. Het is een stedelijk duurzaamheidsopgave."

*Rode Wouw,
16 november 2020*



Gemeente
Hengelo

www.hengelo.nl



december 2020 **Klap d' er op!**

Opbrengsten van stap 6, Co-Creatie Concept Ontwerp Marktpluin
Tekst: Joop Hofman, Marijn Roze, Rode Wouw. Dd 14 december 2020

Zonder te beginnen met een inleiding en hoofdstukopbouw, vallen we direct met de deur in het Hengelose huis:

De overgrote meerderheid van Hengelo vindt het nieuwe ontwerp voor het marktpluin volledig, passend, uitnodigend, beetje verrassend, maar vooral prachtig.

Bewoners en ondernemers hebben nog veel ideeën en suggesties voor de volgende stappen, waar ze ook graag aan mee willen werken.

Doelen, proces, cijfers

De beoordeling van het concept ontwerp door inwoners en ondernemers van Hengelo. Dat was de hoofddoelstelling van deze 6e stap in het co-creatieproces marktpluin.

Stapsgewijs van stap 1 naar 6.

Stap 1 - gemeenteraad stelt kaders-, stap 2 - inwoners en ondernemers benoemen hun dromen, ambities, ideeën en

Inwoner gemeente Hengelo | zaterdag 05 december 2020

Dit is een cadeau voor de stad dat de inwoners zelf hebben bedacht. Heel mooi.

plannen-, stap 3 - inwoners en ondernemers maken samen voorstellen op basis van de dromen-, stap 4 - architect maakt vier marktpluinscenario's op de voorstellen van de inwoners en ondernemers-, stap 5 - inwoners en ondernemers reflecteren en geven aan wat ze wel en niet aanspreekt in de scenario's, stap 6 - de beoordeling van één concept ontwerp met de ruimte om zaken bij te stellen en aan te vullen. Als laatste is stap 7, - de gemeenteraad neemt een besluit over het eindontwerp. Ze kan er een klap op geven.

Het concept ontwerp marktpluin is op 5 december bekend gemaakt in tal van lokale media. Het filmpje van het plan op de marktpluinsite is daarbij het meest aansprekende medium geweest. Met deze stap start de 22e week van het co-creatieproces. Ook nog midden in de coronacrisis.

Inwoner gemeente Hengelo | maandag 07 december 2020

Fantastisch, kan niet wachten. De brede podiumtrap naar het dakterras is geniaal. Die stalen omlijsting in het plein past goed bij Hengelo (staal verleden) en geeft het ook echt een kamer gevoel!! De huiskamer van de stad! Super bedacht ook hoe op plekken met klimop etc delen van de kamer met groen dicht kunnen worden gemaakt (wand) en hoe het staal over gaat in het lamellen dak. Vwb de markt, luister naar de Hengeloers en niet naar de marktbond!!! De markt is er voor de Hengeloers en niet andersom en de Hengeloer heeft zich duidelijk uitgesproken en wil een lintmarkt!! De marktkooplieden zijn na een dag weer weg en wij moeten het er de rest van de week mee doen. En altijd dat verhaal dat vaste klanten moeten zoeken slaat nergens op want in de nieuwe situatie krijgen ze toch gewoon weer een vaste plek. Dus aub houd de poot stijf voor wat betreft de lintmarkt. Een jeus de boules baan is nog een leuke toevoeging.

Het waren weken van veel praten en overleggen, dat heeft geresulteerd tot een plan voor het hart van de binnenstad. In deze zesde stap hebben inwoners en ondernemers in negen dagen tijd via verschillende kanalen gereageerd: online bijeenkomsten zoals via Zoom en een drukke Facebook Livestream, via mail en website. De marktondernemers hebben via formulieren gereageerd en hebben we ook gesproken. Dat lijkt kort en is het ook, maar tegelijkertijd was het de 16e 'overlegweek' van de 22 weken. In alle stappen van het ontwerpproces is er samen opgetrokken. Een van de actieve inwoners zegt dan ook in zijn geschreven bijdrage: "Persoonlijk vind ik deze laatste inspraakmogelijkheid overbodig. In de droom- en maakfase heeft iedereen zijn ideeën kunnen ventileren, over de vier scenario's heeft iedereen zijn zegje kunnen doen; aan De Torenkamer kun je zien, dat met zoveel mogelijk mensen rekening is gehouden; ga er maar aanstaan."

De formele deelnamecijfers van Hengeloërs in deze stap zijn:

21 mensen in Zoom gesprekken

60 mensen hebben meegedaan aan de Livestream. En van de 6000 volgers van de gemeente Hengelo hebben meer dan 2800 dat op hun scherm gezien.

20 mensen hebben per mail een reactie verstuurd naar marktpluin@rodewouw.nl

Precies 100 mensen hebben via www.hengelo.nl/marktpluin gereageerd. Daarvan hebben 90 ondersteunend gereageerd op het concept ontwerp. Drie mensen hebben informatieve vragen gesteld en zeven ondersteunden het niet.

44 marktkooplieden hebben mondeling hun reactie gegeven.

Dit loopt precies in de lijn met de verwachtingen van een co-creatieproces. Deze stap kent in de regel de helft van de

deelnemers van de vorige stap. Mits de uitkomst voldoet aan de inbreng. Indien dat laatste niet het geval is dan zijn de cijfers vaak gelijk aan de eerdere stap. In de vorige stap waren het er 528. In deze stap deden in totaal **245** inwoners en ondernemers mee. Dit is zonder online reacties op Facebook of Instagram. Als we de inhoudelijke bijdragen van vier sociale mediaplatforms (Gemeente Hengelo, Hengelo Helemaal Stil, 074 Hengelo en Bos op het Plein) optellen, dan komen er nog 595 bij in deze stap. Dit zijn de vier sociale media met het meeste 'marktplaatsverkeer'. Gezien de coronaperiode waarin zich het proces afspeelt, is er veel voor te zeggen om deze reacties ook mee te laten wegen in de beoordeling van het concept-ontwerp. De temperatuur van de stad is belangrijk, omdat het een plan moet worden waar de inwoners en ondernemers van Hengelo zich in kunnen herkennen.

Omdat het de laatste stap met inwoners en ondernemers is, kunnen we ook een overzicht geven van het totaal aantal inwoners en ondernemers dat actief met elkaar in gesprek zijn gegaan tijdens het proces. Totaal hebben er 3198 mensen geparticipeerd. Waarvan 2021 middels gesprekken en 1177 via inhoudelijke online bijdragen op de website en 'socials'. Dit is uitzonderlijk hoog voor een co-creatieproces. Gemiddeld geldt dat voor een co-creatieproces met stedelijke onderwerpen 0,5 % van de bevolking meedoet en dat 1% een hoge score is. Het Hengelose marktplaatsproces zit op 4%.

Onderwerpen

In de voorgaande scenariefase zijn elf onderwerpen genoemd die goed verwerkt moesten worden in het concept ontwerp. Hoe dikker de woorden, hoe vaker deze zijn genoemd.



Inwoners vinden dat al deze onderwerpen voldoende en op een goede manier verwerkt zijn in het concept ontwerp.

Er zijn acht onderwerpen uit het concept ontwerp die in de gesprekken vaker terug komen. We hebben als ondergrens genomen, dat de onderwerpen minimaal 5 maal (van de 249 reacties) genoemd moeten zijn.

• De fietsroute Brinkstraat

Deze route is de centrale Noord-Zuid fietsverbinding in Hengelo. De verkeersstroom van fietsers die op doordeweekse dagen blijft, wordt niet goed om het plein heen geleid. Dat levert nu al druk op in het gebied waar het de Enschedese straat kruist.

Omdat het de centrale Noord-Zuid fietsroute is komt het fietsverkeer in de knel op marktdagen, want de markt komt deels op de Brinkstraat.

• Fietsenstalling

De fietsenstalling is nog niet zichtbaar in het concept-ontwerp. In het huidige ontwerp missen fietsbeugels en fiets parkeervakken.

• Toegankelijkheid

Op vijf punten vraagt het extra aandacht voor veiligheid en toegankelijkheid:

- o De rooftopbar, die kent 6 treden zonder leuning.
- o De speelplek en het water met de beren ook toegankelijk maken voor kinderen in een rolstoel. Denk aan een check via de Speeltuinbende.
- o De veronderstelde onveiligheid bij de waterplek eindigt in een gelijkspel-discussie tussen inwoners. Moet je het afschermen of mag het avontuurlijk zijn?
- o Een pad door het water met niet gladde tegels en her en der een eilandje zodat de beren bereikt kunnen worden.
- o De ondergrond op het plein egaal maken.

Inwoner gemeente Hengelo | donderdag 10 december 2020



Echt heel mooi gedaan. Ik word er enthousiast van. Kan niet wachten. Wat ik vooral mooi vind is de 'berenvijver' en de 'pergola' bij de kiosk. De cirkels met al het groen zijn ook erg mooi gekozen. Veel beter dan een log gebouw. Letten jullie er wel op dat de groene cirkel met het gras al snel in real life een bruine-gele cirkel wordt. Zeker als er veel gebruik van wordt gemaakt. Aandachtspunt. De stalen 'monorail' vind ik een stuk minder en mag van mij in het definitieve ontwerp wegblijven. Duur en voegt weinig toe. En de markt ziet er zo erg uitnodigend uit. Ik denk dat ze zo veel sneller een 'rondje' doet langs alle kramen. Het plein krijgt er een vakantiesfeertje van. Blijven de huidige platanen wel staan?

• Rooftopbar

Naast de toegankelijkheid gaat het bij de rooftopbar vooral over de exploitatievorm. Met als onderliggende vraag: hoe ligt de verhouding openbaar en privaat gebruik?

Een eerste aanvulling is om de rooftop te voorzien van wifi en oplaadpunten. Een tweede aanvulling is om de rooftop deels te ontwerpen als toegankelijke en trotse Hengelose kunst, samen met bijvoorbeeld Rinus Roelofs.

• Projectie

De toren gebruiken als projectiescherm of andere vormen van licht en lichtkunst. De huidige verlichting van de Lambertusbasiliek laat zien hoe aantrekkelijk dat is. Een high tech suggestie is om het water van de toren om te vormen tot projectiescherm.

• Kunst

Het marktplaats benutten als plek voor kunst. Het nieuwe framework kan gebruikt worden voor omlijsting ('maak er alvast ogen aan'), wisselkunst en voor overkapping. Aan het marktplaats graag een kunsthof, de Telgenflat is een mooie

¹ Een co-creatieproces is een actief participatieproces. Waarin mensen herhalend met elkaar het gesprek aan gaan om er uit te komen. Dit in tegenstelling tot 'ophaalbijeenkomsten' of keuzebijeenkomsten, die kennen slechts één handeling. Dat is passieve participatie.

optie. Of het laten exploiteren en er een Telgencafé voor kunst van maken.

• De omlijsting

Het voorstel in het concept ontwerp om het marktplein te accentueren en intiemer te maken met een omlijsting (op 5 meter hoogte) van cortenstaal roept veel op. Het is nieuw, dus ook veel verrassende reacties. Er is geen duidelijke voor- of tegenverhouding. **De voor argumenten:**

- o Het maakt het verhaal af, een onderscheidende en mooie afbakening van de Torenkamer. En de hoogte maakt het spannender.
- o Een mooie verwijzing naar Hengelo als metaalstad
- o Het past bij de inrichting van de binnenstad zoals die in de Enschedesestraat al is ingezet.
- o Toch nog beetje Hijschkamer
- o Het maakt het plein knusser. "Als een omarming, en kant me zo voorstellen dat dat zo voelt....even in de stadsbinnentuin, nét nog geen muren eromheen wél de stoere link met het stadsverleden in warme roesttint...ik hoor de vogels al die er op gaan zitten fluiten. "

De tegen argumenten:

- o Het is dan zo rommelig. Een ijzeren randje en een paar palen. Het kan mooier en zachter, bv. door het staal vanuit de zitbankjes omhoog te laten komen.
- o Het staal blijft gevoelig voor corrosie. En kan afgeven op aangrenzende oppervlakken, zoals trottoirs. Het materiaal is ook niet bestand tegen natte bladeren of andere vegetatie; de aanwezigheid hiervan op het staal vertraagt de cycli van nat worden en opdrogen. Hierdoor wordt het wegroesten versneld.
- o "Een frame van roestig cortenstaal op 5 meter hoogte. Hoe bedenkt je het? Niets geleerd van die dure geflopte lichtlindes."
- o Onderhoud is moeilijk, denk aan de onmogelijkheid om graffiti onzichtbaar te verwijderen.
- o Het oogt overdadig. Te veel cortenstaal in de totale binnenstad; té afgestemd en te éénzijdig. Je moet de 'Torenkamer' eigen 'waarde' geven.
- o Zorgt voor pleinvrees.

Aanvullende ideeën:

- o Gebruiken voor wisseltentoonstellingen.
- o Zorg dat het ook deels met zeil overkapt kan worden voor kleine activiteiten en voor de ijsbaan in de winter
- o Seizoensbegroeiing er op. Klimplanten en kerstversiering ophangen.
- o De omlijsting houden, maar niet in cortenstaal. Maar in industriële stijl van de vooroorlogse fabrieken of het station. Veel inwoners waren in 2018 voor het Hijsch gebouw vanwege de historische waarde en het historische materiaalgebruik.
- o Maak op de omlijsting de tijdlijn van Hengelo; ontstaan, industrieperiode, wederopbouw, etc.

Inwoner gemeente Hengelo | dinsdag 08 december 2020



ik ben aangenaam verrast door het ontwerp, dat nu 'opeens' voorligt. De belangrijkste wensen lijken mij goed verwezenlijkt; maatwerk/geen megalomane nieuwbouw, zicht houden op bestaande gevels, ruimte voor horeca, groen en water, en een inbedding van die idiote toren, mocht die blijven.. Kompliment voor de ontwerpers en de laatste procesfase!

- o Zorg dat het framework ter hoogte van de toren hoger loopt zodat het nog meer de toren omvat en deel van de omlijsting maakt.

• Marktopstelling

In de vorige stappen van de planontwikkeling werd steeds duidelijker dat bij een goed ingericht marktplein er minder of geen plek meer is voor de markt in de huidige opstelling. De inwoners van Hengelo gaven duidelijk aan dat ze een lintmarkt wilden. Marktondernemers wilden liever op het marktplein blijven staan, maar begrepen ook wel dat een kaal plein voor twee dagen markt per week niet reëel was. Het concept ontwerp maakt zoveel ruimte dat het de marktkramen neerzet in twee rijen aan de randen van het plein, met doorloop op de Telgen.

Voor inwoners van Hengelo klinkt dat goed. Aanwonende ondernemers en marktondernemers reageren divers. Ondernemers aan de Brinkstraat willen graag loopruimte houden, zodat de marktbezoekers ook bij hun voor de winkel langs gaan. Zoveel mogelijk interactie met passerend publiek. En ook de soort marktkraam telt. "Een bloemenstal voor je winkel deur is wat anders dan een viskraam." De marktondernemers kunnen akkoord gaan met het bestaand concept ontwerp. Soms ondersteunend, soms begrijpend, soms minder begrijpend. Van belang is dat er naar oplossingen gezocht wordt dat de markt zo compact mogelijk opgesteld wordt en zo min mogelijk richting Enschedesestraat gaat.



Naast compact moet de markt ook zo opgesteld worden dat er ruimte is voor bezoekers om een rondje te maken. De markt kan een carrémarkt worden. Dan moet bij verdere invulling ook andere mogelijkheden direct aan het marktplein bekeken worden, zoals de ruimte aan de noordkant van het plein tussen Brinkstraat en Telgen, en aan de zuidkant tussen Molenstraat en Brink. En opties onderzoeken om op het marktplein kramen te zetten ("kleine cirkelmarkt, food-trucks").

En een aandachtspunt is de indeling van de bomenplekken. Voor indeling van de kramen geldt dat er gekeken wordt naar branchering, routing en kwaliteit. De marktbond en de marktmeester willen zo snel mogelijk samen een voorstel maken om de haalbaarheid mogelijk te maken. Overleg met de aanwonende ondernemers over de plaatsing is belangrijk.

Afsluiters

Op basis van het ontwerp De Torenkamer zijn er aanvullende ideeën genoemd:

• Ooievaar

Een gigantische metalen ooievaar boven de markt laten zweven. De ooievaar staat symbool voor, en refereert aan Stork (ooievaar is stork in het Engels, en zat ook in het bedrijfslogo van Stork) en dus aan de historie van de stad. Het is een historische component, kunst en een markante blikvanger.

• Speelplekken

Meer speelplekken voor kinderen.

• Kerstboom

'Kerstboom' permanent in beplantingsplan opnemen; de naaldboom past qua sfeer ook goed bij de beren. Ook vanwege duurzaamheidsoverwegingen heeft een permanente boom de voorkeur.

• Lichtstad

De toren in het licht zetten in combinatie met een projectiescherm. Ook de Telgenflat als parel van wederopbouw belichten. Het is tegelijk kunst en past meer en meer bij Hengelo.

• Jeu de boulesbaan

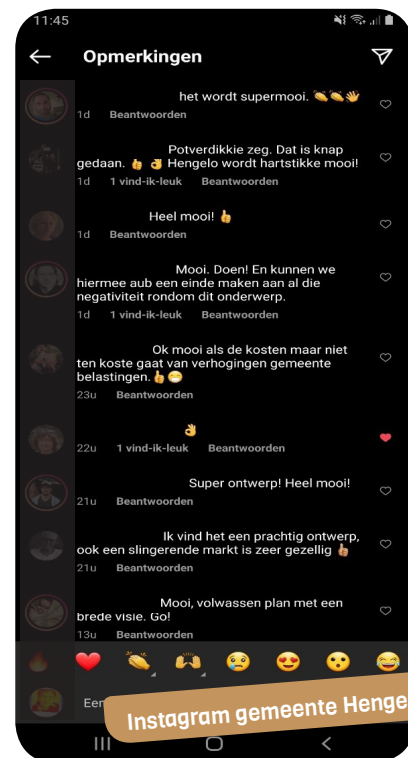
Inwoners en ondernemers denken ook al na over de periode na het vaststellen van het concept-ontwerp, met de volgende suggesties:

- Werk dit ontwerp ook zoveel als mogelijk samen met de stad verder uit. Inwoners en ondernemers hebben aangetoond dat ze het leuk en interessant vinden en dat ze oplossingen en samenwerkingen van de grond krijgen die voor die tijd niet voor mogelijk werden gehouden. Dus pak zaken zoals de marktopstelling en indeling samen met de markt en ondernemers op, ontwikkel deelplannen samen met partijen die zich al gemeld hebben zoals Oyfo, ROC en het kunstenaarscollectief. En doe dat ook met andere planonderdelen. Blijf beleid en projecten in co-creatie ontwikkelen met stedelijke partijen en groepen en met het 'kleine weefsel van de stad Hengelo', zoals de mensen die ook in het co-creatieproces Marktplaats hebben meegedaan. Denk er ook aan dat dit werk kleine en grote bedrijvigheid mee neemt, probeer bijvoorbeeld met ROC leerafspraken te maken over catering, over een rol van de beveiligingsopleiding, de opleiding marketing en communicatie kan veel betekenen gedurende het proces.
- Zorg dat er ook goede afspraken worden gemaakt over het beheer en onderhoud. Deze plek wordt straks een glansplek in de binnenstad. Dat vraagt ook extra aandacht op gebied van beheer. Dit doe je er niet even bij. Naast fysiek beheer is er ook aandacht nodig voor sociaal pleinbeheer, want het moet geen ongewenste hangplek worden.
- Het marktplaats kan niet zonder een programma. Zoals een in te vullen kunstprogramma. Of het levendig houden van de toren (projectiescherm, waterval,...). Of weer opzetten van sportactiviteiten zoals in de zomer van 2020.
- Wellicht dat een bijzondere vorm van pleinbeheer opgezet kan worden. Waarin zowel fysiek beheer, sociaal beheer als het vormgeven van een programma kan samen komen. In de gesprekken kwamen twee figuren langs "een pleinburgemeester", en "een reuringmaker".
- Een 'Vrienden van het Marktplaats'-opzet, als organisatie om een programma op te zetten is ook genoemd.



De sfeer in Hengelo

In het plan voor het marktplaats moeten de burgers van Hengelo zich kunnen herkennen. Daarom is het goed om te weten wat de sfeer in de stad is. We hebben alle reacties gescand. We hebben de eerste (5 december) en de laatste reacties (13 december) op diverse sociale media platformen proberen 'op te vangen' voor dit eindverhaal. Dit zijn de platformen met het meeste 'marktplaatsverkeer'. Op Instagram van de gemeente Hengelo en Facebook van de gemeente Hengelo. Op Hengelo Helemaal Stil?, op 074 Hengelo, op Facebook van Bos op het Plein.



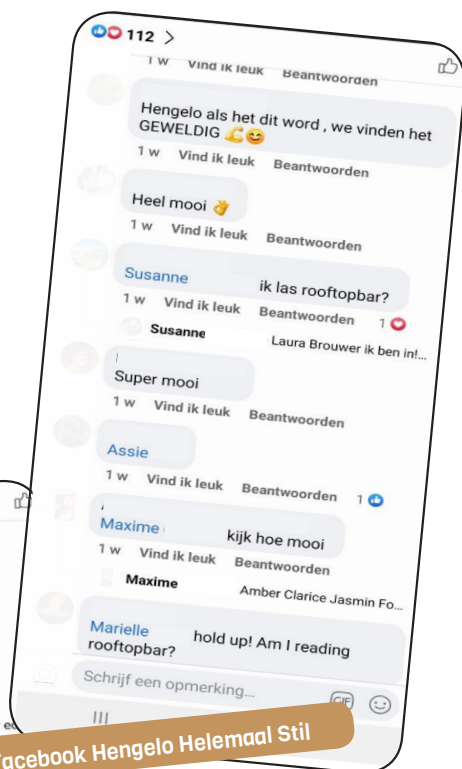
Instagram gemeente Hengelo



Facebook gemeente Hengelo



Facebook Hengelo Helemaal Stil





Facebook Bos op het Plein



Facebook 074- Hengelo 60-70-80-90



Gemeente
Hengelo

www.hengelo.nl

Colofon

Dit is een uitgave van de gemeente Hengelo. Aan de inhoud van deze nieuwsbrief kunnen geen rechten ontleend worden.



CONCEPTONTWERP

DECEMBER 2020

MARKTPLEIN HENGELO

OKRA

MARKTPLEIN HENGEL

CONCEPTONTWERP

5 DECEMBER 2020

OKRA



LEGENDA

- Bestaande bomen
- Nieuwe bomen
- Sierbomen
- Industrieel kader die de torenkamer begrensd
- Podium voor evenementen met pergola en klimplanten
- Tribunetrap
- Rooftopbar
- Speelplek voor kleine kinderen
- Inclusieve ligweide: voetbalveld en yogaruimte
- Debatruimte
- Kunst podium
- Vlinders- en bijentuin
- Jeu de boules
- Waterspeeltuin met beren
- Klimaatadaptieve regentuin
- Stapstenen avontuurroute
- Brinktoren met begroeiing en waterval
- Kunsttuin met wisselende exposities
- Commerciële terrassen
- Openbaar toilet
- Ruimte voor wekelijkse markt

0 10 20 m 50 m



Ontwerptoelichting De Torenkamer Hengelo

Open dialoog

Het ontwerp voor de Torenkamer in Hengelo is tot stand gekomen in een open dialoog en een intensief gezamenlijk planproces met de inwoners van Hengelo. Het resultaat van dit proces is een omvangrijk pakket van eisen en wensen voor de inrichting van het nieuwe marktplein. Deze eisen en wensen heeft OKRA zo goed als mogelijk een plek gegeven in het ontwerp.

Verhaal van Hengelo

Los van de individuele belangen en aandachtspunten was er ook een sterk overkoepelend verlangen om van het Marktplein weer echt een plek te maken die past bij de geschiedenis en tradities van Hengelo. Dit verhaal is groter dan alleen de wederopbouw van midden vorige eeuw. Hengelo is ook de stad van de beken en de brinken, ooit ontstaan als een straatdorp langs onder andere de Enschedesestraat. Tijdens de industrialisatie kende de stad een periode van grote ontwikkelingen en welvaart met fabrieken als Stork, Heemaf en Hazemeijer. De laatste decennia heeft Hengelo zich verder geprofileerd als een aantrekkelijke woonstad. Vanuit het plan 'Aantrekkelijke Binnenstad' is er een sterke wens om in het centrum bij de drie torens van Stadhuis, Lambertus-basiliek en Marktplein; een drietal aantrekkelijke en onderscheidende openbare ruimtes te maken. De Torenkamer is een van deze drie plekken. Een actieve stedelijke kamer aan de voet van de Markttoren, waar altijd wat is te zien en te beleven.

Straatmarkt

De belangrijkste keuze in het proces was de keuze voor de marktopstelling. Immers, op het oude marktplein was de hoofdfunctie van het plein de weekmarkt op woensdag en zaterdag. We hebben er bewust voor gekozen om juist de indeling van de weekmarkt als belangrijkste bouwsteen te gebruiken bij de ontwikkeling van de verschillende scenario's. Uit de scenariofase kwam de nadrukkelijke wens om de markt als een lintmarkt in de stad in te plannen. Met als belangrijkste argument om de ruimte van het plein ook echt te kunnen benutten voor andere centrumfuncties en vergroening. Het ontwerp voorziet in een ringvormige markt door het centrum. Hierbij zijn in de Brinkstraat en de Telgen acht meter brede middenzones bedacht, waar de marktkramen rug aan rug kunnen worden geplaatst. Zo is er altijd sprake van een dubbele voorkant tussen winkelpui en voorkanten van marktkramen. Naast de Brinkstraat en de Telgen is er ruimte om de marktkramen ook uit te breiden op de Enschedesestraat, de Molenstraat en langs het Brinkplein. Het ontwerp voorziet in een stevige overmaat voor het aantal benodigde kramen. Daarmee is er de nodige flexibiliteit in de exacte indeling van de marktopstelling. In de komende periode zullen we de precieze marktopstelling nog verder verfijnen met de Marktbond.

Actief DOE-plein

De centrale ruimte van het marktplein is vormgegeven als actief DOE-plein. In het noordelijk deel is de meeste reuring met het podium, de tribunetrap, de rooftopbar op het dak van de bestaande kiosk en de pergola. Gekoppeld aan de terrassen bij de kiosk is de speelvoorziening voor de kleintjes voorzien. Naast het podium is een flexibele ruimte voor sport en spel. Verder zijn er verschillende kleinere tuinen met een spellenkamer, een kleiner podium, een speakerscorner, ruimte voor kunst en een debatruimte. Aan de zuidzijde is rondom de toren een 500 m² grote vijver voorzien. De beren krijgen een plek in en rond deze vijver. Door de vijver zijn informele paden met stapstenen. In geval van een stevige winter zou op de vijver geschaatst kunnen worden.

Klimaatadaptatie

In het proces is veel aandacht gevraagd voor klimaatadaptatie. Meer specifiek: het voorkomen van een hitte-eiland in de stad door het toevoegen van bomen en beplantingen; het vergroten van de biodiversiteit en het slim omgaan met water in perioden van extreme regenval en droogte. Het ontwerp speelt hierop in door een groot deel van de ruimte te ontstenen, waardoor meer ruimte ontstaat voor gras, beplanting, regentuinen, halfverharding en open water. Al het regenwater wordt afgekoppeld van het riool. Via open goten komt het water in verlaagd uitgevoerde tuinen (vergelijkbaar met de klimaatwadi in de Grotestraat Nijverdal) waar het regenwater tijdelijk wordt opgevangen. Vervolgens stroomt het water door richting waterkratten onderin de groeiplaats voor alle nieuwe bomen. Het teveel aan vallend water wordt gebufferd in de vijver. Mocht ook deze (te) vol komen te staan, dan wordt het water via een regenwaterriool afgevoerd naar naastgelegen beken. Het ontwerp voorziet verder in het fors meer aanplanten van nieuwe bomen dan nu aanwezig. In het nog op te stellen beplantingsplan is aandacht voor een jaarrond attractief beeld.

Participatie bij marktplaatsplannen in Nederland en Hengelo

– Joop Hofman, Marijn Roze

Om de cijfers bij participatieprocessen te meten en te vergelijken moet je de goede dingen vergelijken. Het ene deelnamecijfer is het andere niet. Omdat het ene participatieproces het andere ook niet is.

De raad van Hengelo heeft gekozen voor de participatievorm co-creatie. En daarmee voor een intensief participatieproces, dat het meeste vraagt van inwoners. Omdat Hengelose inwoners en ondernemers de wensen en ambities samen opstellen, daar zelf voorstellen uit samen stellen en de inhoudelijke bestanddelen voor aangeven, vervolgens komen tot afwegingen en uiteindelijk het ontwerp beoordelen. Het is dus geen eenmalige deelname of druk op de knop. Daar tegenover staat dat het wel de participatievorm is, met de meeste invloed op het eindresultaat. Ze vraagt van Hengeloërs dat ze verantwoordelijkheid willen nemen om vanuit het gezamenlijk belang van de stad te willen denken in plaats van persoonlijk belang. Inhoudelijk eigenaarschap ligt bij de samenleving en de gemeente is facilitator.

Een alternatief was geweest, een min of meer traditioneel participatieproces gericht op 'ophalen'. Dan kan ieder zijn persoonlijke wensen en belangen aangeven en is het daarna de taak van de gemeente om het algemeen belang te hoeden en van daaruit het best pasbare plan te maken. De invloed van de bewoners zit dan aan de voorkant, daarna volgt "we nemen het mee". De inwoners zijn daarmee een klant en de gemeente produceert het eindresultaat.

Een derde participatievorm is het eindreferendum. Dan maakt de gemeente een aantal voorstellen en laat inwoners kiezen. Hiermee is de macht wel bij de inwoners, maar de invloed niet. Want het plan is opgesteld door de gemeente en daarmee ook de keuzevrijheid. Deze vorm van participatie zet inwoners in de rol van toetser. Dit is wel de vorm met gemiddeld genomen de hoogste reactiecijfers.

Zowel bij de participatievorm ophalen als het eindreferendum heeft de inwoner een passieve rol. Bij co-creatie kent ze de actieve rol. Passief is dat ze iets aangeeft, en dat is het! Actief is dat ze iets toevoegt zodat het plan of beleid zich verder kan ontwikkelen.

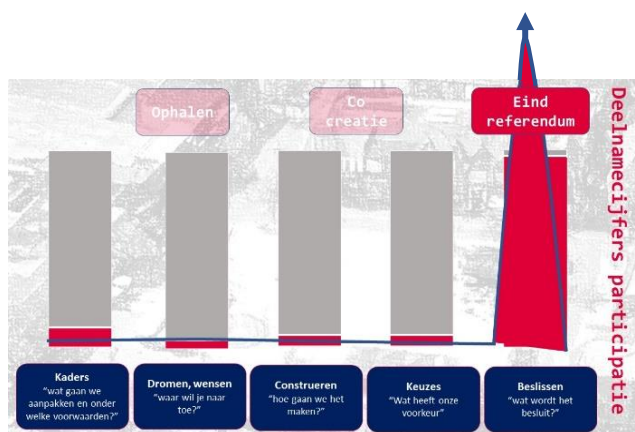
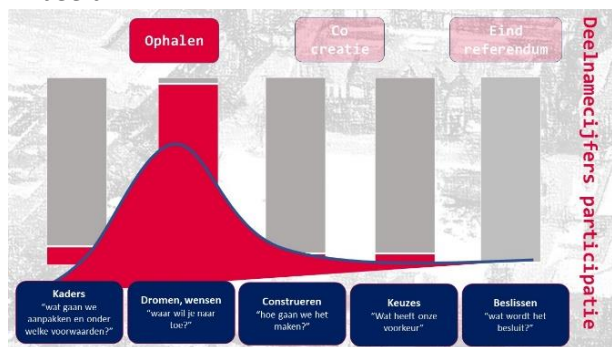
Deelnamecijfers participatie			
	Ophalen	Co creatie	Eind referendum
Doel	Richting en temperatuur van de samenleving kennen	Samenleving als maker en 'eigenaar' ruimte geven	Acceptatiegraad vanuit samenleving kennen
Gemeente	uitnodigend afmaker	procesfacilitatie supporter niet sturend	voorstellen bevoegdheden delegeren
Samenleving	aangeven rol: klant	maken rol: (moreel) eigenaar	beoordelen rol: toetser

Om deelnamecijfers te vergelijken moet je ophaalparticipatie vergelijken met ophaalparticipatie eindreferendum met eindreferendum en co-creatie met co-creatie.

Een gemiddeld ruimtelijk participatieproces kent 5 fasen: kaders – ambities – maken - keuzes – beslissen.

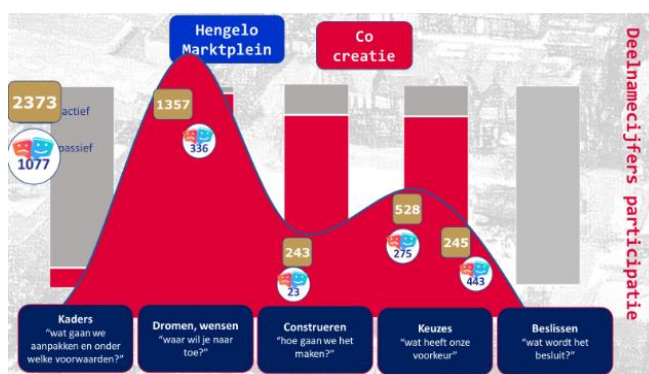
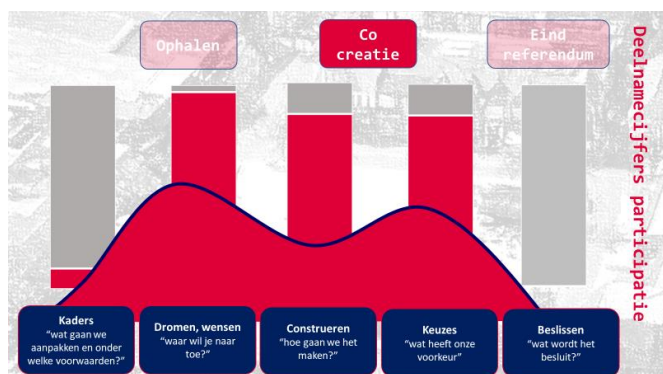
Bij 'ophaalparticipatie' zit de invloed van inwoners in de fase 'ambities'(dromen, wensen), ook de deelname van inwoners is dan het hoogst. In de volgende fase is de deelname beperkt (bv klankbordgroep) of nihil. Hoe roder het blok hoe meer invloedsruimte voor deelnemers. Bij de participatievorm 'eindreferendum' is er in de eerste 4 fases geen invloed, en in de beslisfase mogen inwoners keuzes maken over het plan, dat is opgesteld door een andere partij. Dit zijn beide zogenaamde passieve participatievormen.

In beeld:



De lijn geeft de trend van de gemiddelde deelnamecijfers per fase, voor vergelijkbare trajecten in Nederland. De staven verbeelden de deelnamenorm, dat is een deelname aan participatieproces van 1% van de bevolking. Bij stedelijke participatieprocessen wordt 1% gezien als een hoge deelname. 0,5 % is normaler.

Bij co-creatie zit de invloed in de drie middelste fases. Dat vraagt meer inzet, inleven, oplossingen brouwen, verantwoordelijkheid van inwoners en ondernemers. Vandaar ook de term actieve participatie. In beeld de algemene trend en de cijfers van Hengelo:



In totaal hebben 3450 inwoners en ondernemers meegedaan. 2373 in gesprek, in groepen. 1077 via online sociale media (Facebook, Instagram). Van de 2373 waren er 180 dermate betrokken dat ze minimaal 3x teruggekomen zijn om aan een fase van het proces mee te doen. Waardoor het netto cijfer van deze groep uitkomt op 2013. Een klein aantal kwam zelfs 4 x. Dat maakt dat we rond de 2000 unieke 'gespreksdeelnemers' uitkomen.

Vergelijking van het Marktplaatsproces van Hengelo met 6 recente (2018-2020) Nederlandse marktplaats participatieprocessen.

	Ophalen	Co creatie	Eind referendum
Hengelo - Marktplaats	+	3450	-
80.5000 inw			
Ede - Marktplaats	400	-	3000
118.000 inw			
Deventer - Grote Kerkhof	+	400	-
100.000 inw.			
Capelle ad IJssel - Stadsplein	-	-	2.500
67.000 inw.			
Apeldoorn - Marktplaats	-	-	25.000
158.000 inw.			
Groningen - Grote Markt	+	1363	-
203.000 inw			
Brummen - Marktplaats	+	60	-
8.500 inw.			
Rotterdam/Hoek v Holland - 55 Brinkplein	-	-	-
9.500 inw			