

DE FABRIEKSSTRAAT

Zoektocht naar een identiteit binnen de verstedelijking van de Noordrand rond Brussel

INHOUD

01/ Opdrachtbeschrijving

- 01.1 Opdrachtgever
- 01.2 Opdracht
- 01.3 Waarom de Fabrieksstraat?
- 01.4 Uitgangspunt onderzoek

p. 02

02/ Verloop van het Project

- 02.1 Wijkexploratie
- 02.2 Ruimtelijke trigger
- 02.3 Identificatie van verhalen
routines en gewoontes
- 02.4 Straatinterventie

p. 04

03/ Besluit & voorstel toekomstig onderzoek

p.17



01/ OPDRACHTBESCHRIJVING

01.1 Opdrachtgever

Ruimte Vlaanderen ontwikkelt het ruimtelijk beleid op Vlaams niveau. Onder impuls van ruimte Vlaanderen werd TOP Noordrand opgezet. TOP Noordrand brengt alle belanghebbenden uit de noordrand rond Brussel samen en probeert een ruimtelijke visie te ontwikkelen over het metropolitaan gebied rond de hoofdstad.

01.2 Opdracht

Een flexibele opdrachtbeschrijving laat interpretatie door Studio Surplus toe om een onderzoekstraject op maat van de omgeving te creëren. Studio Surplus vertaalde enkele specifieke wensen van de opdrachtgever in volgende uitdagingen of vraagstukken:

- Hoe kunnen grote verhalen geïmplementeerd worden in de ruimtelijke en sociale omgeving van de Fabrieksstraat aan de hand van tussen-interventies?
- Welke stedelijke dynamieken bestaan reeds in de omgeving? En hoe beïnvloeden deze de Fabrieksstraat?
- Welke ruimtelijke, sociale en economische potenties zijn er nog in het gebied?
- Zaventem: een tussengebied. Net zoals Koningslo, Strombeek-Bever en Diegem. Hoe kan met dit soort gebieden omgegaan worden in een verstedelijkende context?
- Hoe kunnen wonen en werken worden verzoend?

01.3 Waarom de Fabrieksstraat?

Als we naar de kaart van Zaventem kijken valt de fabrieksstraat op door zijn kronkelende langgerektheid. De ritmiek van de straat is ook heel opvallend: startend aan het op en afritten complex met grote bedrijven, overgaand naar een straat waar woonhuizen en fabrieken over elkaar staan, om tot slot door een tunnel te gaan en te versnipperen in een bedrijventerrein en verkaveling. Uiteindelijk valt het historisch patrimonium verspreid overheen de straat ook op. Het is kortom een straat die de verschillende ruimtelijke krachten en evoluties bevat die binnen een metropolitaan gebied tegen elkaar opboksen. Deze verschillende dynamieken maken het voor studio surplus een interessante experimentzone om de verschillende TOP noordrand thema's te onderzoeken.

01.4 Uitgangspunt onderzoek

Waarvoor staat de openbare ruimte? Het is de ruimtelijke gemene deler van de leefomgeving van het individu. De openbare ruimte is echter een plaats die ook door andere factoren wordt beïnvloed: communicatie, transport, commercialisatie,... In onze wereld die we betreden als we de voordeur dichtslaan komt er heel wat op de mens af. Dit alles maakt het steeds moeilijker om mensen een link te laten leggen met hun woon of werkomgeving. De openbare ruimte voelt steeds

meer aan als een onbeheersbare plek waar we geen vat op krijgen. Toch zoeken mensen steeds naar een balans tussen het private en publieke terrein waarbinnen ze vertoeven. Mensen ontwikkelen vaak een soort van plaatsaanhankelijkheid. Peter van der Graaf (2009) onderzocht of stedelijke vernieuwing de emotionele band van bewoners beïnvloed. Voor ons is echter vooral relevant dat uit het onderzoek blijkt dat buurten met reeds een sterke aanwezige plaatsaanhankelijkheid positiever stonden ten opzichte van stadsvernieuwing wanneer ze actief worden betrokken.

Verwevenheid creëren tussen mensen en de openbare ruimte kan er dus voor zorgen dat er bij ruimtelijke ontwikkeling een sterker draagvlak kan worden gecreëerd. Wanneer we ruimtelijke ontwikkeling sterker willen connecteren met de inwoners en gebruikers, moeten we de ruimte eerder als instrument dan als eindproduct bekijken. Een instrument om het thuisgevoel van mensen te versterken en zodoende bewoners expert te maken van hun omgeving. Het is deze expertise die vervolgens kan worden aangewend om plekken in transitie verder te ontwikkelen.

Studio Surplus ging op zoek naar een methodiek om een plaatsaanhankelijkheid op te bouwen die een soort van thuisgevoel kan creëren die een platform biedt om stedelijke ontwikkeling te organiseren.

***HET VERSTERKEN VAN DE
GEMEENSCHAP OM EEN
SOCIAAL WEEFSEL TE CREËREN
DAT OP LANGE TERMIJN KAN
OPTREDEN ALS STAKEHOLDER
BIJ RUIMTELIJKE
ONTWIKKELING***

02/ VERLOOP VAN HET PROJECT

Thuisgevoelens en plaatsaanhankelijk zijn mentale constructies die opgebouwd zijn uit gevoelens, impressies, verhalen, anekdotes, belevenissen, enz. We willen deze kleine verhalen in de ruimtelijke tussenzone Fabriekstraat in het metropolitaan kerngebied Brussel identificeren en gebruiken als eerste opstap om mensen stakeholder te maken van hun buurt. Om dit te realiseren hebben we geopteerd om een 4delig proces op te zetten.

- 1 Wijkexploratie
- 2 Ruimtelijke trigger
- 3 Identificatie verhalen routines en gewoonten
- 4 Ruimtelijke interventie

02.1 Wijkexploratie

De ruimtelijke analyse van een omgeving geeft vaak een mooie eerste indruk van het onderzoeksgebied. Een heel aantal impressies staan al beschreven in "1.3 waarom de fabriekstraat". De volgende beelden tonen de meest opvallende visuele impressies.

***DE FABRIEKSSTRAAT HEEFT EEN UNIEKE
TYPOLOGIE. BEDRIJVEN AAN DE ENE ZIJDE
EN WONINGEN AAN DE ANDERE ZIJDE. DIT
GEEFT DE FABRIEKSSTRAAT ZIJN EIGENHEID.***



Grens tussen wonen en werken



De gevarieerde morfologie en ritmiek van de straat



De auto domineert, ook verschillende taxi's van taxibedrijf rijden door de wijk





Hekwerk rond bedrijven



Leegstand en vergane glorie



Elementen verwijzen naar industrieel verleden: De SIC schouw en Stockmansmolen



Open ruimte



De woluwe slingert doorheen het gehele gebied



Een veelheid aan pijlen



02.2 Ruimtelijke trigger

Eén van de basisdoelstellingen van de hele opdracht was onderzoek te voeren vertrekkende vanuit de gebruikers. We gingen daarom op zoek naar een methodiek om met de wijkbewoners in contact te komen. Een ruimtelijke ingreep die ons zichtbaar maakte in de wijk en die ons toestond mensen aan te spreken en dus met hen in contact te komen. Een goede binnenkoper dus.

Geïnspireerd door de veelheid aan pijlen die er al in de fabriekstraat en zijn directe omgeving hangen, koos studio surplus er daarom voor om als ruimtelijke trigger 27 verschillende pijlen in de wijk te verspreiden. De pijlen zetten verscheidene dagdagelijkse, kenmerkende, en heel gewone, plekken in de omgeving in een ander daglicht. Dit met als doel om de gebruikers van de wijk uit te dagen om hun omgeving te herontdekken en hen even te doen stilstaan in hun woon- of werkomgeving. Bovendien is dit ook het onderwerp waar we in een latere fase, samen met de bewoners, dieper op willen ingaan. Door zelf de oefening te hebben gemaakt die we in een latere fase met de bewoners zullen maken, leerden we de wijk tevens zelf kennen. Deze ruimtelijk introductie in de wijk diende dus niet enkel als binnenkoper, maar ook als vooronderzoek.



Verwijzing naar bestaande elementen: de kapper



Oost-West oriëntatie



Opmerkelijke wikelementen

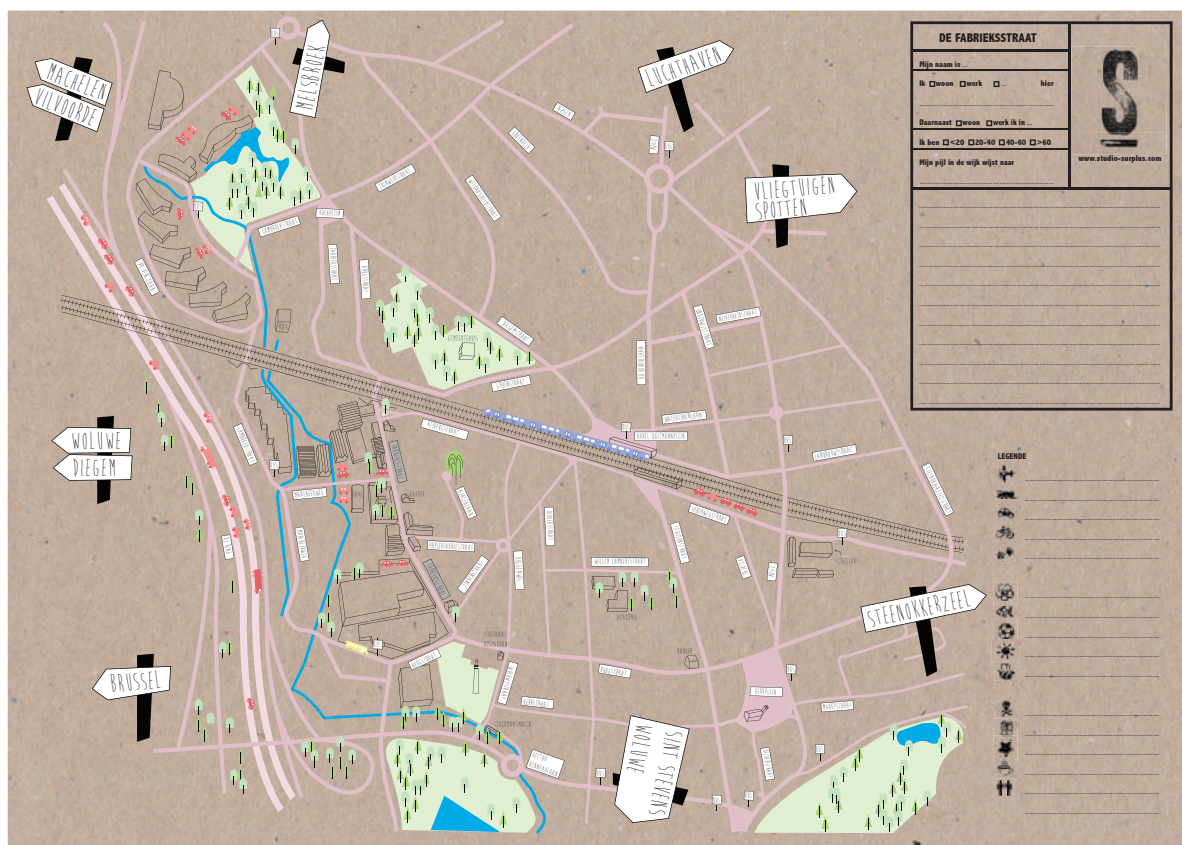


Verwijzen naar verdwenen mariabeeld uit nis

Achteraf bleek dat de pijlen wel degelijk opgemerkt werden door verschillende gebruikers van de wijk. Niemand kende de beweegredenen van de actie en dit maakte de actie voor sommigen hot topic. Daardoor gingen ze de inhoud analyseren. In het beste geval volgden ze zelf de pijlen en wijkten hierdoor af van hun dagelijkse routine. Dit alles was een goede opstap voor ons vraaggesprek uit de volgende fase en dit omdat we inhoudelijk bredere antwoorden kregen op onze verscheidene vragen. Daarnaast was er een groep die geen enkele pijl had opgemerkt. Gezien de grote verspreiding, was dit opmerkelijk. Het betreft een groep die de fabriekstraat duidelijk nooit als openbare gedeelde ruimte gebruikt. Ze zijn amper op de hoogte van wat er zich afspeelt in de straat of de wijk en gebruiken de straat louter als circulatieruimte zonder echt naar hun omgeving te kijken. Vaak stappen ze in hun auto en rijden ze op automatische piloot naar hun einddoel.

02.3 Identificatie van de verhalen, routines en gewoontes

TOP Noordrand tracht een ruimtelijke visie te ontwikkelen over het metropolitane gebied rond de hoofdstad. Maar hoe ervaren de inwoners en gebruikers van de noordrand hun leef- en werkomgeving? Een belangrijke vraag om te weten te komen hoe grote verhalen geïmplementeerd kunnen worden in de ruimtelijke en sociale omgeving van mensen. Daarom ontwikkelde studio surplus een instinctieve kaart waarmee bewoners, bezoekers en werknemers van de Fabriekstraat werden bevestigd. Dit om bodum up zicht te krijgen op het leven in deze straat.



De instinctieve kaart, oningevuld

Bewoners werden spontaan aangesproken aan de hand van huisbezoeken. Werknemers en bedrijfsleiders laten participeren bleek moeilijker. Mogelijk valt dit te verklaren door het gebrek aan lange termijn kader. Het TOP noordrand blijft een ongekend verhaal. Na intensief mail en telefonisch contact vonden we toch enkele participanten uit het bedrijvenmilieu voor ons onderzoek.

De kaart werd zo opgebouwd dat ze samen met de bewoners kon ingevuld worden om op die manier hun ruimtelijke beleving van de wijk te leren kennen. Er wordt gefocust op 3 thema's: mobiliteit, diensten, en openbare/groene ruimten. In totaal werden er 15 bewoners en 4 bedrijfsleiders of werknemers geïnterviewd.

De interviews startten steeds met een heel open blik met de vraag of ze ons, als gebruikersexpert, hun wijk wouden leren kennen. De vragen werden zo opgesteld dat we inkeek kregen op hoe de mensen hun wijk gebruikten. Welke diensten gebruiken ze? Welke route nemen ze als ze naar of van hun werk komen? Gaan ze soms te voet? Welke plekken mijden ze of vinden ze heel aangenaam? Heb je een straf verhaal over je buurt? In welke huizen in de straat ben je al ooit naar binnen geweest? Waar wonen mensen waar je maandelijks contact mee hebt? Waar in je straat heb je het laatst iemand aangesproken? Kortom vragen die vooral het gesprek sturen naar het praten over de straat en hoe ze hun voelen in hun omgeving.

Hieruit kwamen volgende conclusies naar voor:

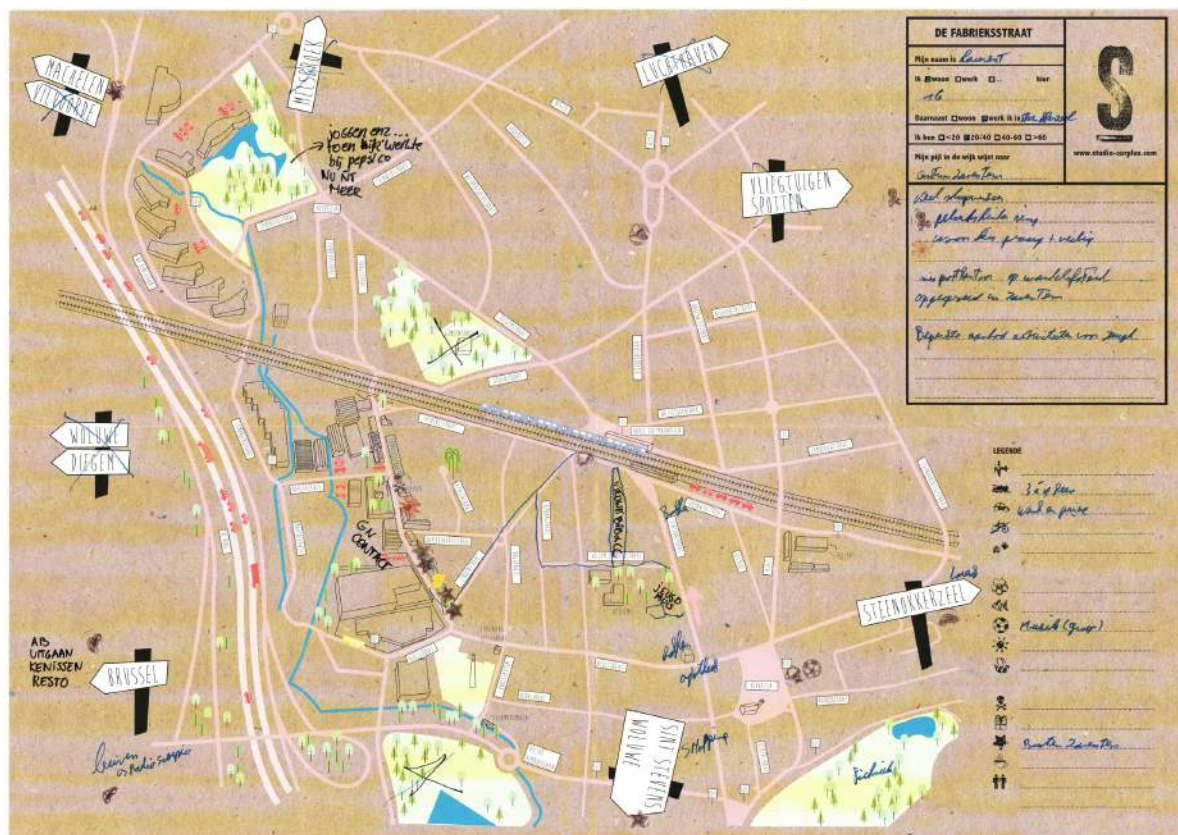
- Mensen wonen en/of werken graag in de Fabrieksstraat, er bestaat een algemene tevredenheid. mensen stellen zich geen vragen, zien weinig problemen en hebben (meestal) geen suggesties voor mogelijke verbeteringen.
- Mensen hebben geen band met hun ruimtelijke omgeving. Ze vertoeven zich weinig in de openbare ruimte. Dit geeft het gevoel dat mensen zich moeilijk identificeren met hun wijk.
- De meeste interviewees tonen weinig interesse in de omgeving van hun woonst of werk. Dit blijkt onder meer in de beperkte reactie en interesse om mee te werken vanuit het bedrijvenleven.
- Voor verschillende interviewees is het moeilijk een belangrijke of waardevolle plek in hun wijk aan te duiden. De meeste mensen verwijzen bij deze vraag naar elementen buiten de Fabrieksstraat en haar directe omgeving
- De verstedelijking van Brussel wordt door verschillende interviewees als negatief bestempeld. Toch voorspellen zij geen verstedelijking in hun eigen wijk. Slechts enkelen hebben reeds veranderingen in de wijk ondervonden. Opvallende aanpassingen zijn dan de stijging van het aantal mensen met vreemde afkomst, de verfransing en de toenemende verkeersdrukte.
- Stedelijke diensten die het leven vergemakkelijken worden over het algemeen toegejuicht. Zoals bijvoorbeeld een extra busstop, de nabijheid van het station, het aanbod van bakkers en de kleine supermarkt in het centrum.
- Er werd tijdens de interviews met bewoners zelden verwezen naar de bedrijven aan de overkant van de straat. Omgekeerd was dit ook niet het geval. Wanneer Studio Surplus naar dit contrast verwees tijdens de gesprekken bleken er eveneens geen directe bezwaren tegen elkaars aanwezigheid. Overlast zoals bijvoorbeeld parkeerdrukte die de bedrijven met zich meebrengen werden door de meeste bewoners gerelativeerd.

**DE GRENS TUSSEN OPENBARE
EN PRIVATE RUIMTE IS ZEER
UITGESPROKEN IN DE FABRIEKSTRAAT.
HIERDOOR IS ER VOOR VEEL MENSEN
GEEN (MENTALE EN RUIMTELIJKE)
'GEDEELDE RUIMTE' WAARDOOR
ER WEINIG ONTMOETING EN
ONTSPANNING KAN PLAATSVINDEN.**

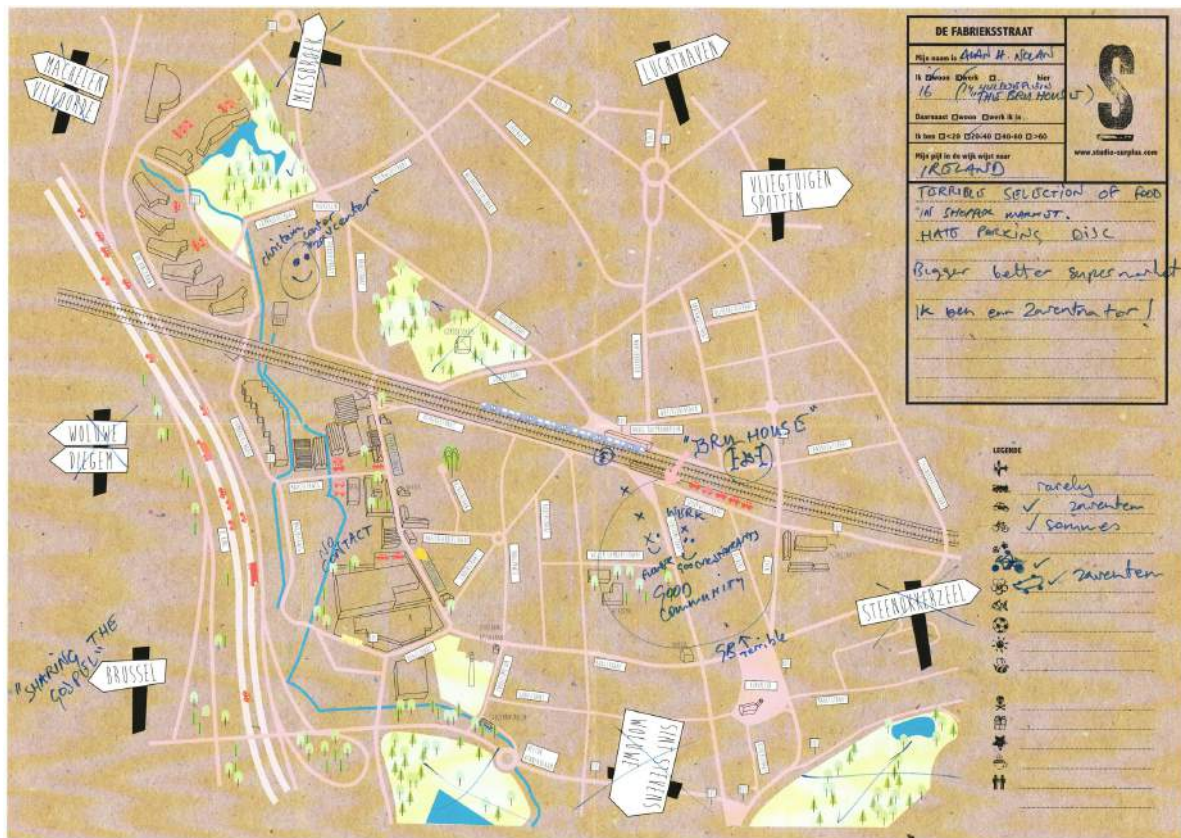
Bijkomend bleven volgende faits divers hangen:

- Enkele jaren geleden grote overval met brandende wagen en veel schoten
 - De evangelische kerk heeft een sterke aantrek
 - Verschillende mensen spraken over het wijkfeest van vroeger dat heel erg fijn was. Toch leek niemand zich de vraag te stellen of hij/zij dit opnieuw op gang kon trekken.
 - De CIA doet 2 maal per jaar uitverkoop in Self Storage
 - Eyeworks laat soms voor 1 week de straat afzetten
 - Veel kappers in de buurt
 - Het gevoel zich te onderscheiden van het centrum ("dit is het einde van de wereld")
- horeca mogelijkheden namen de laatste jaren sterk af in directe omgeving
- Sluipverkeer en verloren gereden bestuurders komen regelmatig voor.
- populairste groen: stadspark (andere parken/groenzones minder gebruikt)

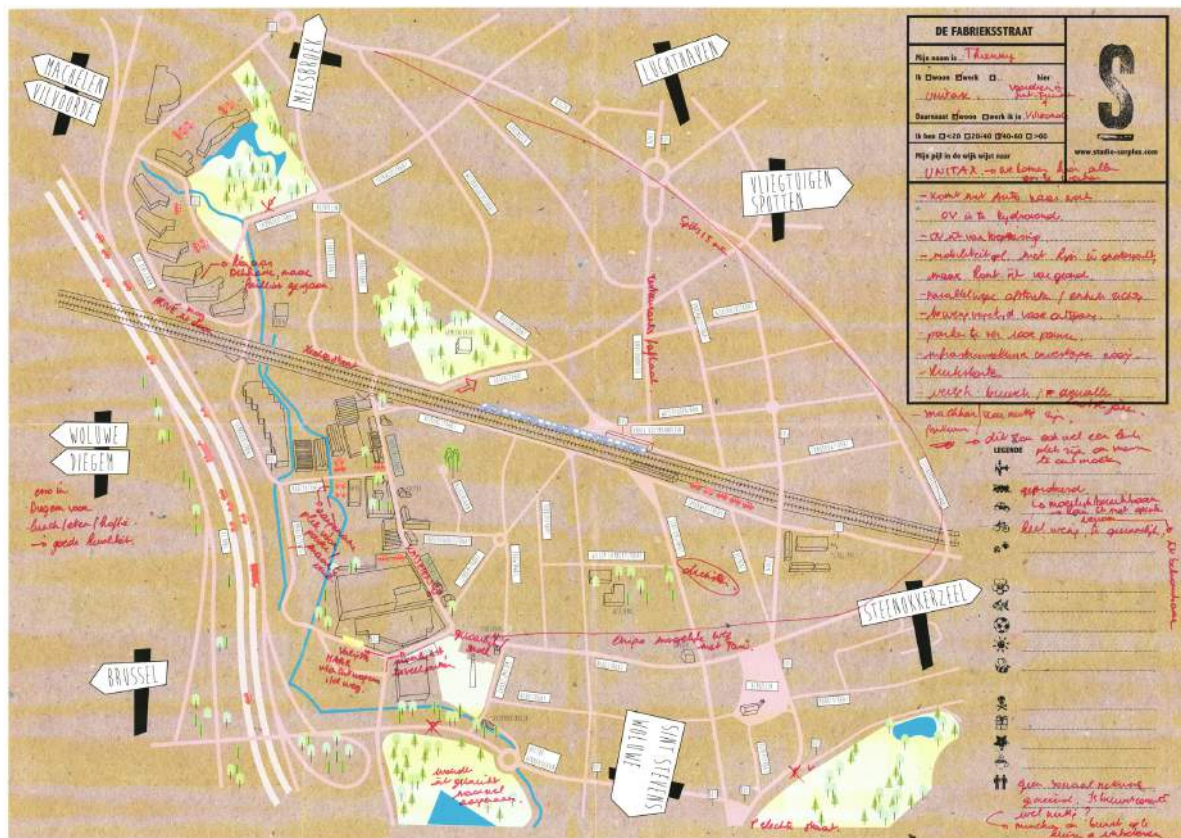
Een belangrijk gespreksonderwerp dat door studio surplus steeds werd aangehaald, waren de overburen. Heb je contact met de bedrijven/de inwoners aan de andere kant van de straat? Wat blijkt is dat de fabriekstraat een echte grens tussen de beide leefwerelden vormt. Geen enkele inwoner komt ooit in de bedrijvenzone en geen enkele geïnterviewde werknemer bleek contact te hebben met één van de bewoners of gebruikte amper één van beschikbare diensten in de omgeving werden. Werknemers blijken als drukke bezige bijen 's ochtends toe te komen om dan 's avonds weer vliegensvlug te vertrekken. Dit bleek ook uit de weinige interesse van bedrijven om deel te nemen aan ons kleinschalig onderzoek. De enigste bedrijfsfunctie die een brug bleek te scheppen was de kapper.



Laurent geeft duidelijk aan geen contact te hebben met de bedrijven aan de overkant van de straat. Zijn pijl wijst naar het centrum van Zaventem, bij gebrek aan iets benoemenswaardig in zijn directe omgeving. Hij gaat regelmatig naar Brussel om uit te gaan en mensen te ontmoeten. Hij stoort zich aan sluipverkeer



Op de kaart van Alan is het duidelijk dat vooral het centrum wordt gebruikt. In de wijk zelf zijn er weinig diensten aanwezig. Daarnaast geeft hij aan geen contact te hebben met de bedrijven aan de overkant van de straat.



Thierry van het taxibedrijf toont aan hoe de bestaande situatie met verschillende eenrichtingswegen zorgt voor congestie en omwegen die nadelig zijn voor de efficiëntie van zijn bedrijf. Daarnaast benadrukt hij het gebrek aan dichtbijzijnde lunchplekken. Zowel kleine horeca als parken zijn niet in directe nabijheid te vinden.

03.4 Straatinterventie

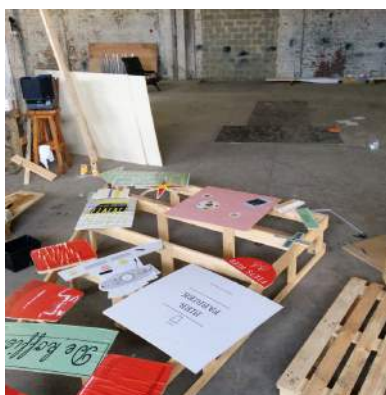
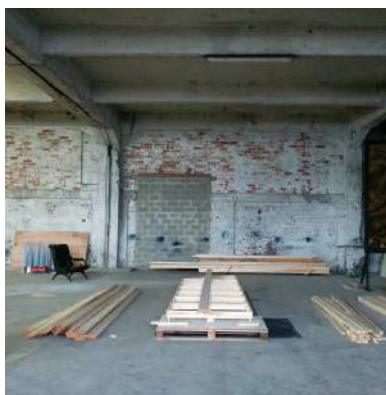
Wat ons opviel bij de mappings en gesprekken, is dat mensen nooit eerder over hun wijk hadden nagedacht. Ze hadden geen idee van wat ze aangenaam vonden of van wat ze juist graag veranderd zagen in de wijk. Een algemene tevredenheid heerste, zonder te weten waarom. Dit is dan ook een belangrijk element waar we graag dieper op in wouden gaan. Dit gaf studio surplus initieel weinig houvast om op verder te bouwen. Geen zone's die als positief of negatief werden geaccentueerd, geen gemeenschappelijke behoeftes die ontbreken in de wijk.

Uiteindelijk beseften we dat dit teruggrijpt naar het luikje plaatsaanhankelijk die we in het theoretisch kader aanhalen of beter gezegd het totale gebrek eraan. Er is een duidelijk gebrek aan sociaal weefsel. Hierdoor is er geen sociale verbondenheid of stakeholderschap mogelijk. Het is op deze piste die we binnen het uitvoeren van een ruimtelijke interventie verder willen inzetten.

Enkele belangrijke doelstellingen van onze ruimtelijke interventie zijn:

- mensen te prikkelen en aan te tonen dat verandering positief kan zijn.
- mogelijke potenties in de wijk ruimtelijk weer te geven in een installatie.
- de wijk weer van een identiteitsvormend element of landmark voorzien.
- Aantonen dat er manieren bestaan om een impact te hebben op het bestaande weefsel
- de reacties van mensen op deze prikkels registreren.

De uitwerking hiervan bestaat uit een ruimtelijke interventie die iets langer kan blijven bestaan en daarnaast een kortstondig event om de aandacht te vestigen op deze wijk.



Er werd gekozen om een billboard te realiseren dat terugslaat op enkele huidig aanwezige elementen in de Fabrieksstraat en deze combineert met elementen die verwijzen naar de mogelijke verstedelijking van haar omgeving. De bedoeling hiervan is om de toeschouwer van deze interventie aan te zetten tot kritische reflectie en eventueel debat. Haar opvallendheid is bedoeld om als landmark en aanknopingspunt te fungeren. De locatie van het object, centraal in de straat, is strategisch gekozen om een soort centrum te creëren in de wijk. Tijdens interviews in een vroegere fase kwam het gevoel afgesplitst te zijn van het eigenlijke centrum van Zaventem immers reeds meermaals aan bod. Bovendien kan de ingreep bijdragen tot een soort identiteitsvorming voor bewoners en gebruikers van de Fabrieksstraat en haar directe omgeving.



De houten elementen stellen de bestaande toestand voor. De gekleurde elementen werden door Studio Surplus toegevoegd om een positieve verstedelijking te verbeelden.

04/ BESLUIT EN TOEKOMSTIG ONDERZOEK

- Vroegstondig betrekken van de lokale overheid en andere belangrijke partners.

Een nauw betrokken lokale overheid is cruciaal voor de haalbaarheid van een project zoals dat in de Fabrieksstraat. Het is dan ook van vitaal belang hen te betrekken van bij het begin. Vroegstondig communiceren en waar nodig samenwerken zijn voordelig om de belangen van verschillende betrokken partners op doordachte wijze te verspreiden, maar ook samen te voegen.

Voordelig aan deze aanpak zijn:

- Het verminderen en/of elimineren van misverstanden
- Het determineren van raakvlakken en deze op elkaar afstemmen
- Het vermeerderen van het aantal contactmomenten voorafgaand aan de opbouw van installaties verhoogt de begripbaarheid van soms complexe ingrepen

Ook een vast aanspreekpunt bij alle partners vergemakkelijkt het traject. Het versnelt de communicatie en maakt eindverantwoordelijkheden duidelijk.

- Communicatie

Een sterke communicatie-strategie naar burgers en bedrijven maakt het nut van het traject duidelijk. Door te informeren over doelstellingen, het bredere kader en het belang van deelnemen wekt het enthousiasme van mogelijke participanten.

Enkele cruciale elementen binnen deze communicatie:

- Timing: voldoende tijd om verschillende fasen te communiceren
- Wervende en begrijpbare communicatie
- Balans frequentie van communicatiemomenten
- Budgetbeheersing: Financiële ruimte voorzien voor communicatie-instrumenten

- Ruimte voor bewoners om vervolgtraject op poten te zetten

Een vervolg traject kan bewoners en gebruikers verder sensibiliseren en trajecten aantonen die ze zelf in handen kunnen nemen. Op deze manier draagt een project zoals dat van in de Fabrieksstraat bij tot de emancipatie van burgers.

- De herkenbaarheid van de site

De herkenbaarheid van de site in andere randgemeenten rond Brussel, zoals Koningslo, Strombeek-Bever en Diegem, laat toe het afgelegde traject te herzien en eventueel voor gelijkaardige sites in het gebied te hergebruiken in een verfijnde versie.

- Toekomstig onderzoek

De herhaling van het Fabrieksstraat project in andere gemeenten binnen het TOP Noordrand verhaal zorgt voor een continuïteit en herkenbaarheid. Dit biedt mogelijkheden tot debatvoering die verder reikt dan deze ene straat.

Studio Surplus creëerde, op basis van de Fabrieksstraat ervaringen, een uitrolstrategie voor het TOP noordrand verhaal. Dit basispakket behelst het opzetten en implementeren van een ruimtelijke participatie concept om het TOP noordrand uitdagingen naar de bewoners van verschillende metropolitane "tussenzone's" te vertalen:

	Actie	Timing	Resultaat
Fase 1	Socio-economische situatieschets	2 weken	
	Ruimtelijke identiteit Beschrijven	2 weken	document met analyse fase 1
Fase 2	Basisinterventie uitvoeren	4 weken	1 ruimtelijke trigger
	Participatie traject opstarten	6 weken	participatie traject
	Identificatie "buurtwerven"	6 weken	oplijsting buurt- werven & keuze
Fase 3	Ruimtelijke realisatie	4 weken	ruimtelijke interventie

***HET FABRIEKSSTRAAT-BILLBOARD
IS EEN CREATIEVE OPROEP NAAR
BEWONERS EN GEBRUIKERS OM
IN INTERACTIE TE GAAN MET HUN
SOCIALE OMGEVING***