

Duidelijk Alphen?

Een onderzoek naar de invloed van het nieuwe stationsgebied op de Alphense identiteit.

Het oude stationsgebouw van Alphen aan den Rijn



Masterthesis

Naam: Nienke Miedema
Studentnummer: 0421278
Begeleider: Bas Spierings
Datum: 19-04-2010

Masterthesis

Duidelijk Alphen?

Een onderzoek naar de invloed van het nieuwe stationsgebied op de Alphense identiteit.

Colofon

**Naam: Nienke Miedema
Studentnummer: 0421278
Begeleider: Bas Spierings
Datum: 19-04-2010**

**Universiteit Utrecht
Faculteit Geowetenschappen
Master Stadsgeografie**

Voorwoord

‘Met een ferme ruk trokken verkeersminister Camiel Eurlings, wethouder Hans Groen in ‘t Wout, gedeputeerde Asje van Dijk en president-directeur Bert Klerk van ProRail aan een ouderwetse spoorhendel. Deze handeling bekrachtigde op maandag 15 februari de officiële opening van de stationsonderdoorgang ‘De Verbinding’ (Gemeente Alphen, 16 februari 2010).

“De Verbinding” is onderdeel van het masterplan Stationsomgeving. Door “De Verbinding” zijn het centrum van Alphen en de woonwijk ‘Kerk en Zanen’ rechtstreeks met elkaar verbonden. Tevens zorgt de onderdoorgang voor een veilige doorgang voor voetgangers en fietsers. Voorts worden in het stationsgebied woningen, kantoren en commerciële functies ontwikkeld.

Wethouder Hans Groen in ‘t Wout: “Het Da Vinci gebouw, Kluwer en het in aanbouw zijnde Antarctica zijn een van de vele voorbeelden die de stationsomgeving markeren. Een nieuw busstation, (on)bewaakte fietsenstallingsplaatsen en een echte blikvanger de ‘Fietsappel’ volgen binnen afzienbare tijd. Kortom de directe omgeving van het station heeft dan een volledige metamorfose ondergaan.”

(Gemeente Alphen, 16 februari 2010).

De herontwikkeling van het stationsgebied maakt deel uit van het beleid van de gemeente Alphen aan den Rijn om zich op een meer stedelijke wijze te profileren. Stedelijke voorzieningen en moderne architectuur moeten bijdragen aan een duidelijke identiteit voor Alphen aan den Rijn.

Het onderzoek dat u in handen heeft, richt zich zowel op de visie van de gemeente als op de visie van de bewoners met betrekking tot de identiteit en ontwikkeling van Alphen aan den Rijn. Centraal in dit onderzoek staat de herontwikkeling van het stationsgebied in Alphen aan den Rijn.

Dit onderzoek is uitgevoerd als afsluiting van de master Stadsgeografie aan de Universiteit Utrecht. Zonder medewerking van de respondenten had dit onderzoek niet tot stand kunnen komen. Ik wil dit voorwoord dan ook gebruiken om alle respondenten oprecht te bedanken voor hun uitvoerige, soms ongezoeten, maar steeds serieuze reacties. Ik heb de medewerking van mij totaal onbekende mensen als een grote stimulans ervaren. Een dankwoord is ook op zijn plaats voor de medewerkers van het Centrum voor Architectuur en Stedenbouw. Mijn dank gaat in het bijzonder uit naar Willem Debets die mij begeleidde tijdens mijn stage. Verder wil ik Mevr. Schurink van de gemeente Alphen aan den Rijn bedanken voor haar medewerking aan dit onderzoek. Tot slot bedank ik Bas Spierings voor zijn begeleiding tijdens de uitvoering van dit onderzoek.

Alphen aan den Rijn, 19 april 2010
Nienke Miedema

Afbeelding 1: Wethouder Groen in 't Wout, minister Eurlings, gedeputeerde Asje van Dijk en president-directeur Bert Klerk van ProRail openen De Verbinding onder het station.



Bron: (Wil Kokelaar; <http://www.echo.nl/ww-ar/buurt/foto/989258/>).

Inhoudsopgave

Voorwoord.....	5
Inhoudsopgave.....	7
Samenvatting	9
1. Inleiding.....	13
1.1 Aanleiding en probleemstelling.....	13
1.2 Doelstelling.....	14
1.3 Wetenschappelijke en maatschappelijke relevantie	15
1.4 Methodiek.....	16
1.5 Opzet van het onderzoek.....	16
2. Stedelijke identiteit	17
2.1 Inleiding	17
2.2 Identiteit	17
2.3 Stedelijke identiteit.....	17
2.4 Stedelijke identiteitsconstructie.....	21
2.5 Binnenstedelijk ontwikkelen en stedelijke identiteit	23
2.6 Spanningsveld	25
2.7 Stationsgebieden	28
2.7.1 Herontwikkeling stationsgebieden.	29
2.8 Conceptueel model.....	32
3. Methodologie	33
3.1 Inleiding	33
3.2 Gemeente.....	33
3.3 Bewoners	34
4. Gemeente en inwoners, twee handen op één buik...?	37
4.1 Inleiding	37
4.2 Station Alphen aan den Rijn.....	37
4.3 De gemeente	41
4.3.1 Fysiek- ruimtelijk	41
4.3.2 Historisch	43
4.3.3 Sociaal- ruimtelijk.....	45
4.3.4 Conceptueel.....	46
4.3.5 afbeeldingen	48
4.3.6 Subconclusie deelvraag 1	51
4.4 De bewoners.....	53

4.4.1 Fysiek- ruimtelijk	53
4.4.2 Historisch	56
4.4.3 Sociaal- ruimtelijk.....	57
4.4.4 Conceptueel.....	58
4.4.5 Subconclusie deelvraag 2	60
5. Conclusie	63
5.1 Aanbevelingen voor verder onderzoek.....	68
6. Literatuurlijst.....	69
7. Bijlagen	73
7.1 Tabellen inhoudsanalyse	74
7.2 Interviews	83

Samenvatting

Naar aanleiding van mijn stage bij het Centrum voor Architectuur en Stedenbouw heb ik voor mijn masterthesis onderzoek gedaan naar de identiteit van Alphen aan den Rijn. Alphen aan den Rijn is een middelgrote gemeente in Zuid-Holland met bijna 72.000 inwoners. Het is niet meer dezelfde gemeente als enkele decennia geleden. De ontwikkeling die Alphen de afgelopen jaren heeft doorgemaakt heeft de gemeente doen beseffen dat ook Alphen aan den Rijn mee moet in de vaart der volkeren, in casu in een “stedelijke concurrentiestrijd”. Een herformulering van de Alphense identiteit is dan ook noodzakelijk (Gemeente Alphen aan den Rijn, 2008; Gemeente Alphen aan den Rijn, 2009)

De herformulering van de identiteit is geen specifieke Alphense aangelegenheid. Het is een generieke ontwikkeling die veel plaatsen doormaken. Dit wordt veroorzaakt door de sterke veranderingen die de mondiale economie sinds de Tweede Wereldoorlog heeft ondergaan. Het karakter van de Nederlandse economie is onder invloed daarvan ook veranderd. Er is een toenemende globalisering. De economie is getransformeerd van een industriële naar een post- industriële economie (dit wordt ook wel fordistisch en post- fordistisch tijdperk genoemd). Dit houdt in dat de industrie heeft plaatsgemaakt voor bedrijven in de diensten en service sector (Jessop & Sum, 2000, p.2288; Rennen, 2007). Deze economische veranderingen beïnvloeden ook het karakter en de functie van steden. Door de veranderende economische structuur wordt de stad steeds meer gezien als een entiteit die zichzelf moet verkopen. Steden concurreren met elkaar omdat ze allemaal bedrijven, inwoners en voorzieningen aan willen trekken. Een stad wordt gezien als een ondernemer die zijn product moet verkopen. Zo bekeken is de gemeente de ondernemer en de stad het product. Om de stad te kunnen “verkopen” benadrukken steden de eigen identiteit. Identiteit wordt ingezet als instrument in de stedelijke concurrentiestrijd. Met een duidelijke eigen identiteit kunnen steden zich onderscheiden van andere steden waardoor ze bepaalde bedrijven en mensen aantrekken die zich aangetrokken voelen tot juist die stad (Jessop & Sum, 2000). De herformulering van de stedelijke identiteit hangt samen met het idee van de maakbaarheid van de stad. Steden willen hun toekomst sturen en een sterke identiteit is daarbij van groot belang (Dormans e.a, 2003, pp. 14-16; Jessop & Sum, 2000, p.2302).

Ook Alphen aan den Rijn doet mee in de stedelijke concurrentiestrijd. Er zijn veel ontwikkelingen in deze stad gaande die ervoor moeten zorgen dat Alphen aan den Rijn kan blijven concurreren met andere steden in de regio. Één van de belangrijkste ontwikkelingen is het nieuwe stationsgebied. Deze constatering leidt tot de volgende onderzoeksvraag:

In hoeverre hebben de gemeente en de inwoners van Alphen aan den Rijn dezelfde visie over haar identiteit en in welke mate speelt het nieuwe stationsgebied daarbij een rol?

In dit onderzoek is er gebruik gemaakt van een case- study, namelijk het stationsgebied in Alphen aan den Rijn. Momenteel ondergaat het stationsgebied een grote metamorfose. Het nieuwe stationsgebied moet de entree worden van het “nieuwe stadse Alphen”. Om de onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden zijn er twee kwalitatieve onderzoeksmethoden gehanteerd. Om de visie van de gemeente te achterhalen is er gebruik gemaakt van een inhoudsanalyse van vijf beleidsdocumenten en één diepte- interview. Het interview is gehouden met Mevrouw D. Schurink. Zij houdt zich binnen de gemeente Alphen aan den Rijn bezig met het opstellen van de stadsmarketingvisie. Dit interview is gehouden om erachter te komen hoe de gemeente de Alphense identiteit ziet en hoe ze deze identiteit ook naar buiten toe willen uitdragen. Voor de inwoners is er gebruik gemaakt van twaalf diepte- interviews.

Na de uitvoering van het onderzoek kan geconcludeerd worden dat de gemeente en de bewoners beiden Alphen aan den Rijn geen eigen identiteit kunnen toekennen. Een aantal

respondenten weet niet of Alphen aan den Rijn wel een eigen identiteit heeft. De andere respondenten omschrijven de identiteit van Alphen aan den Rijn als: “een stad in verandering”, “groeïende stad”, “stad in ontwikkeling”, “tussen dorp en stad in”, “steeds minder dorp, steeds meer stad”, “uit de kluiten gewassen dorp”, “goede balans tussen dorp en stad”, “stad met dorps karakter”, “een net niet stad”. Volgens mevrouw Schurink heeft Alphen aan den Rijn geen “unique selling points”, en is er niet iets waardoor Alphen aan den Rijn zich kan onderscheiden van andere gemeenten.

Wat betreft de ontwikkeling van Alphen aan den Rijn en het nieuwe stationsgebied verschillen de visies van de gemeente en respondenten. De gemeente wil Alphen aan den Rijn ontwikkelen tot een echte stad met een stedelijk karakter en stedelijke voorzieningen. Het nieuwe stationsgebied is één van de vele projecten die in Alphen aan den Rijn gaande zijn om dit te realiseren. Het stationsgebied moet een multifunctioneel gebied worden met hoogwaardige werkgelegenheid, voorzieningen en woningen. Deze mix van functies moet zorgen voor stedelijke levendigheid. De opvallende architectuur moet bijdragen aan een stedelijke entree voor Alphen. Het stationsgebied vormt zo het visitekaartje van het stadse Alphen aan den Rijn.

Uiteindelijk wil de gemeente door het creëren van een stedelijke identiteit bewoners en bedrijven aantrekken. De gemeente richt zich bij het creëren van een identiteit met name op het fysiek- ruimtelijke en het conceptuele aspect van stedelijke identiteit. Door de fysiek- ruimtelijke veranderingen in Alphen zoals de vele nieuwbouw, hoogbouw en moderne architectuur verandert het straatbeeld van Alphen aan den Rijn drastisch. Fysiek- ruimtelijke veranderingen zijn dan ook een relatief makkelijke manier om een identiteit te creëren of te veranderen. Daarnaast kan het conceptuele aspect gezien worden als een brede vorm van citymarketing. Naast het ontwikkelen van slogans en logo's valt hier ook het organiseren van evenementen onder zoals de 20 van Alphen, de LAURA en Culinaire Alphen. Het is veelomvattende manier van marketing om Alphen aan den Rijn op de kaart te zetten.

De gemeente heeft minder aandacht voor het sociaal- ruimtelijk en het historische aspect van identiteit. Beide aspecten zijn moeilijk te creëren of te veranderen. Wel erkent de gemeente het belang van historie op een eigen identiteit. Om deze reden probeert de gemeente nu het Romeinse verleden van Alphen te benadrukken.

Uit het onderzoek blijkt dat de inwoners van Alphen aan den Rijn het een prettige woonplaats vinden. Juist de combinatie van het dorpse karakter en stedelijke voorzieningen waarderen ze positief. Dit willen de inwoners in de toekomst ook zo houden. De respondenten willen niet dat Alphen aan den Rijn nog meer groeit en zich ontwikkelt tot een echte stad. Het nieuwe stationsgebied vinden de respondenten dan ook te ambitieus en te grootschalig voor Alphen aan den Rijn. Het past er niet bij. Het merendeel van de respondenten is negatief of onverschillig over de ontwikkelingen in het stationsgebied, met name het bouwvolume en de bouwhoogte worden negatief ervaren.

De respondenten vinden in tegenstelling tot de gemeente het sociaal- ruimtelijke aspect en het historische aspect van identiteit het belangrijkste. Wel zijn de respondenten zich bewust van het feit dat de gemeente meer inzet op het conceptuele aspect. De respondenten zijn van mening dat fysiek- ruimtelijke veranderingen en marketing niet de identiteit van de stad zal veranderen. De respondenten denken daarom niet dat het nieuwe stationsgebied invloed heeft op de identiteit van Alphen. Zij zijn immers van mening dat de inwoners de identiteit van de stad bepalen.

Er kan geconcludeerd worden dat de visie van de gemeente en de visie van de bewoners wat betreft de identiteit en ontwikkeling van Alphen aan den Rijn uiteen loopt. De gemeente streeft een stedelijke ontwikkeling en identiteit na, waarbij de nieuwe stationsomgeving een belangrijke rol moet gaan spelen. De meeste bewoners willen juist het dorpse karakter van

Alphen aan den Rijn behouden en vinden de nieuwe stationsomgeving te ambitieus voor Alphen. Een aantal respondenten geeft aan dat de hoeveelheid informatie die gegeven wordt positief door hen ervaren wordt. Echter over de invloed die inwoners op de plannen hebben kunnen uitoefenen is men kritisch. Men vindt dat er te weinig naar de inwoners wordt geluisterd en er te weinig met de ideeën van de inwoners wordt gedaan. Er ontstaat een spanningsveld omdat de inwoners en gemeente verschillende doelen en belangen nastreven. Dit is nadelig voor de stad en haar ontwikkeling. Het beleid dat de gemeente voert of wil voeren heeft weinig draagvlak onder de inwoners. Hierdoor neemt de ontevredenheid van de inwoners toe. Daarnaast leiden de ontwikkelingen, die veel tijd en geld gekost hebben, niet tot de gewenste resultaten en komen niet optimaal tot hun recht vanwege het gebrek aan draagvlak.

Een verklaring voor de uiteenlopende visies lijkt een verschil in achterliggende belangen te zijn. Uit de interviews blijkt dat inwoners primair kijken naar het eigen woongenot en de eigen leefomgeving, terwijl de gemeente een bredere – economische - ontwikkeling van Alphen aan den Rijn nastreeft. De visie van de gemeente is een lange termijn visie, terwijl de visie van de bewoners zich blijkt te beperken tot overwegend het hier en nu. Weinig respondenten verheugen zich op het stationsgebied wanneer het klaar zal zijn. Voorts wil de gemeente een stedelijke en duidelijke identiteit creëren om Alphen aan den Rijn te profileren. Voor de respondenten is dit geen factor, voor hen gaat het er primair om of ze een prettige woonomgeving hebben en of de economische waarde van hun eigen woning niet negatief beïnvloed wordt. Overigens blijkt het zo te zijn dat de Alphenaren ook negatief tegenover de herontwikkeling van de Lage Zijde (deel van het stadshart) stonden. Na de realisatie ervan, waarden ze het juist positief (Gemeente Alphen aan den Rijn, 2008). Wellicht zal dit in het geval van het stationsgebied ook zo zijn.

Bij toekomstige projecten doet de gemeente er verstandig aan om de bewoners goed te informeren over het belang van het project. Wanneer het duidelijk is voor de bewoners waarom het project belangrijk is en wat het voor hen kan betekenen, zal men meer begrip hebben voor de veranderingen in hun directe omgeving. Daarnaast is het belangrijk dat er duidelijkheid is over de mate van invloed die de bewoners op de plannen kunnen uitoefenen. Dit zal veel frustraties en spanningen voorkomen.

1. Inleiding

1.1 Aanleiding en probleemstelling

Tijdens mijn stage bij het Centrum voor Architectuur en Stedenbouw (CAS), eind 2008, heb ik onderzoek gedaan naar de identiteit van Alphen aan den Rijn. Ik heb onderzocht hoe inwoners uit Alphen aan den Rijn de Alphense identiteit zien. Zien zij Alphen aan den Rijn nog altijd als een dorp of heeft Alphen zich inmiddels ontwikkeld tot een echte stad? Om antwoorden op deze vragen te verkrijgen heb ik enquêtes afgenomen onder inwoners van Alphen aan den Rijn. Tijdens het afnemen van de enquêtes raakte ik vaak in gesprek met inwoners. Het bleek dat het onderwerp enorm leefde onder de Alphense bevolking. Bijna iedereen die ik heb gesproken had een duidelijke mening over de ontwikkeling van Alphen aan den Rijn, haar identiteit en haar toekomst. Ik heb gemerkt dat sommige ontwikkelingen door de bevolking als positief worden ervaren maar dat een aantal ontwikkelingen ook leidt tot onbegrip. De ambities van de gemeente en van de inwoners lopen nog weleens uiteen. Een voorbeeld hiervan is de grote groei van Alphen en de vele nieuwbouwprojecten. Naar aanleiding van deze constatering heb ik besloten om met dit onderzoek dieper op dit onderwerp in te gaan.

Alphen aan den Rijn is een middelgrote gemeente in Zuid-Holland met bijna 72.000 inwoners. Sinds de jaren '70 heeft Alphen aan den Rijn een snelle groei doorgemaakt. De bevolkingsgroei in Alphen aan den Rijn is veroorzaakt door de samenvoeging in 1964 van een gedeelte van de gemeente Zwammerdam bij Alphen aan den Rijn. Een andere oorzaak voor de sterke bevolkingsgroei is de migratie stroming van inwoners van de grote steden in de Randstad naar Alphen aan den Rijn (Gemeente Alphen aan den Rijn, 2008). De ligging van Alphen aan den Rijn, midden in het Groene Hart, is hier debet aan: de reistijd van Alphen aan den Rijn naar een aantal grote steden in de Randstad, is voor veel mensen acceptabel. De landelijke omgeving van Alphen aan den Rijn blijkt een zuigende werking te hebben op mensen die rustig en in een landelijke omgeving wensen te wonen. Een andere factor die heeft bijgedragen en tot op vandaag nog steeds bijdraagt aan de groei van de gemeente, is het feit dat een koopwoning in Alphen aan den Rijn beter betaalbaar is dan in de omringende grote steden.

Alphen aan den Rijn is niet meer dezelfde gemeente als enkele decennia geleden. De ontwikkeling die Alphen aan den Rijn de afgelopen jaren heeft doorgemaakt heeft de gemeente doen beseffen dat ook Alphen aan den Rijn mee moet in de vaart der volkeren, in casu in een "stedelijke concurrentiestrijd". Een herformulering van de identiteit van Alphen aan den Rijn is dan ook noodzakelijk (Gemeente Alphen aan den Rijn, 2008; Gemeente Alphen aan den Rijn, 2009)

De herformulering van de identiteit is geen specifieke Alphense aangelegenheid. Het is een generieke ontwikkeling die veel plaatsen doormaken. Dit wordt veroorzaakt door de veranderingen die de mondiale economie sinds de Tweede Wereldoorlog heeft ondergaan. Het karakter van de Nederlandse economie is onder invloed daarvan ook veranderd (Dormans e.a, 2003). Er is een toenemende globalisering. De economie is getransformeerd van een industriële naar een post- industriële economie (dit wordt ook wel fordistisch en post- fordistisch tijdperk genoemd). Dit houdt in dat de industrie heeft plaatsgemaakt voor bedrijven in de diensten en service sector (Jessop & Sum, 2000, p.2288; Rennen, 2007). Deze economische veranderingen beïnvloeden ook het karakter en de functie van steden. Door de veranderende economische structuur wordt de stad steeds meer gezien als een entiteit die zichzelf moet verkopen (Rennen, 2007). Er wordt in toenemende mate van steden verwacht dat ze zichzelf financieel moeten onderhouden. Steden willen bedrijven, inwoners en voorzieningen aantrekken om zo kapitaal te generen. Dit leidt tot toenemende stedelijke concurrentie. Om een goede positie te behouden binnen de stedelijke concurrentiestrijd moet

de stad een plek veroveren in de markt en zichzelf op de kaart zetten. De stad moet zichzelf zien te verkopen en handelt daardoor steeds meer als een ondernemer. De opkomst van een marktgeoriënteerde aanpak van steden wordt ook wel omschreven als de overgang van *managerialism* naar *entrepreneurialism* (Harvey, 1989; Young & Lever, 1997; Jessop & Sum, 2000, p.2289). Steden worden zich steeds meer bewust van het feit dat ze moeten concurreren met andere steden. Hierbij heeft identiteit zich de laatste jaren opgeworpen als een belangrijk instrument in de stedelijke concurrentiestrijd. Met een duidelijke eigen identiteit kunnen steden zich onderscheiden van andere steden waardoor ze bepaalde bedrijven en mensen aantrekken die zich aangetrokken voelen tot juist die stad (Jessop & Sum, 2000). De herformulering van de stedelijke identiteit hangt samen met het idee van de maakbaarheid van de stad. Steden willen hun toekomst sturen en een sterke identiteit is daarbij van groot belang (Dormans e.a, 2003, pp. 14-16; Jessop & Sum, 2000, p.2302).

Ook Alphen aan den Rijn doet mee in de stedelijke concurrentiestrijd. Er zijn veel ontwikkelingen in deze stad gaande die ervoor moeten zorgen dat Alphen aan den Rijn kan blijven concurreren met andere steden in de regio. Eén van deze ontwikkelingen is het nieuwe stationsgebied. Deze constatering leidt tot de volgende onderzoeksvraag:

In hoeverre hebben de gemeente en de inwoners van Alphen aan den Rijn dezelfde visie over haar identiteit en in welke mate speelt het nieuwe stationsgebied daarbij een rol?

De onderzoeksvraag zal beantwoord worden aan de hand van de volgende deelvragen:

1. Hoe ziet de gemeente de identiteit van Alphen aan den Rijn en welke rol wordt daarbij toegekend aan de nieuwe stationsomgeving?
2. Hoe zien de inwoners de identiteit van Alphen aan den Rijn en welke rol wordt daarbij toegekend aan de nieuwe stationsomgeving?

Het onderzoek wordt uitgevoerd aan de hand van een case- study. Een case- study is een onderzoekstype waarbij één case (één onderzoekseenheid) bestudeerd wordt ('t Hart e.a, 1996). De case die in dit onderzoek behandeld wordt is het stationsgebied in Alphen aan den Rijn. De stationsomgeving ligt centraal in Alphen en is een project waar veel inwoners direct of indirect mee te maken hebben. Op landelijk maar ook op Europees niveau staan stationsgebieden momenteel in de spotlights. Er is sprake van een zogenaamde "renaissance" van het spoor. Na jaren van verval en verwaarlozing wordt tegenwoordig weer veel belang toegekend aan stations en aan de stationsomgeving (Kuijpers & Rutten, 2007, p.38). Vele stations worden om deze reden herontwikkeld. Dit is eveneens het geval voor het stationsgebied in Alphen aan den Rijn. De gemeente heeft een ambitieus plan ontwikkeld voor de gehele stationsomgeving. Dit gebied ondergaat momenteel een grote metamorfose. Het stationsgebied moet het visitekaartje worden van het "nieuwe stadse Alphen". In dit onderzoek wordt enerzijds onderzocht in hoeverre het nieuwe stationsgebied door de gemeente wordt ingezet om de identiteit van Alphen aan den Rijn te herprofilieren. Anderzijds wordt er onderzocht in hoeverre het nieuwe stationsgebied past bij de identiteit die de inwoners aan Alphen aan den Rijn toekennen.

1.2 Doelstelling

De specifieke doelstelling van dit onderzoek komt voort uit het eerdere onderzoek dat ik heb uitgevoerd naar de Alphense identiteit. Bij dit onderzoek heb ik geconstateerd dat het onderwerp erg leeft onder inwoners. Het is belangrijk dat de inwoners en de gemeente dezelfde doelen nastreven wat betreft de ontwikkeling van Alphen aan den Rijn. Wanneer de inwoners, de gemeente en andere stakeholders dezelfde identiteit uitdragen dan kan Alphen aan den Rijn zich sterker profileren. Inwoners krijgen meer binding met hun woonplaats en worden trotser op Alphen aan den Rijn. Het doel van dit onderzoek is om inzicht te krijgen in de verschillende visies op de Alphense identiteit gerelateerd aan stedenbouwkundige ontwikkelingen in de stad, met name die in het stationsgebied.

1.3 Wetenschappelijke en maatschappelijke relevantie

Dat er een relatie is tussen identiteit en plaats wordt al langere tijd erkend maar de aard van de relatie is niet altijd even duidelijk (Reinders, 2005a). Los van de verschillende interpretaties en ideeën omtrent de relatie tussen identiteit en plaats zijn de meeste auteurs het erover eens dat de relatie tussen plaats en identiteit sterk is. Vanuit de sociale wetenschappen wordt de relatie gezien als een ontwikkeling van emotionele banden met een plaats. Dit beïnvloedt de persoonlijke identiteit en geeft mensen een gevoel van stabiliteit in een steeds veranderende wereld (Lewicka, 2008). Vanuit de ruimtelijke wetenschappen wordt onderzoek verricht naar welke kenmerken een plaats identiteit toekennen. Hierbij verwijst ruimtelijke identiteit naar de eigenheid of authenticiteit van een plaats (Hague & Jenkins, 2005).

In dit onderzoek zal eerst aandacht besteedt worden aan het begrip "identiteit". Het begrip "identiteit" wordt de afgelopen jaren steeds vaker gebruikt om hedendaagse thema's en maatschappelijk ontwikkelingen te belichten. Identiteit is uitgegroeid tot een populair en flexibel begrip (Reinders, 2005a, p.4). Ook in de ruimtelijke wetenschappen is identiteit uitgegroeid tot een belangrijk thema en een veelgebruikt en veelzijdig begrip. Ondanks toename van het gebruik van het begrip, blijft de afbakening ervan onduidelijk (Lewicka, 2008). Er bestaat twijfel over de toepasbaarheid, de draagkracht en de definitie van identiteit in relatie tot ruimtelijke ontwikkeling (Reinders, 2005b, p.6). In dit onderzoek naar de Alphense identiteit wordt een onderscheid gemaakt in hoe de gemeente de Alphense identiteit ziet en hoe de inwoners dit zien. Er wordt zodoende onderscheid gemaakt tussen beleidsmatige en alledaagse concepties van identiteit.

Wanneer men spreekt over stedelijke identiteit is er eveneens sprake van onduidelijkheid. Wat is stedelijke identiteit precies, hoe wordt een stedelijke identiteit gecreëerd en wat is het belang ervan (Dormans e.a, 2003, p.13)? In dit onderzoek wordt gekeken naar de invulling van stedelijke identiteit. Hierbij worden de identiteitsaspecten van Reinders (2005) gehanteerd. Welke aspecten van stedelijke identiteit vindt men belangrijk? En zijn daarbij verschillen tussen gemeenten/beleidsmakers en inwoners? Bovendien wil dit onderzoek inzicht geven in hoeverre bepaalde stedenbouwkundige ontwikkelingen (winkelcentra, kantorenparken, stations) kunnen bijdragen aan een stedelijke identiteit. Dit wordt gedaan door te onderzoeken in hoeverre de herontwikkeling van het stationsgebied bijdraagt aan de identiteit van Alphen aan den Rijn.

De maatschappelijke relevantie van dit onderzoek ligt vooral in de bijdrage die dit onderzoek kan leveren aan de ontwikkeling van Alphen aan den Rijn. Alphen aan den Rijn is een gemeente die zich de afgelopen jaren sterk ontwikkeld heeft en ook voor de komende jaren ambitieuze plannen heeft. Met dit onderzoek wil ik bijdragen aan de ontwikkeling van de identiteit en daarmee ook met de toekomstige ontwikkeling van Alphen aan den Rijn. De identiteit kan dienen als uitgangspunt om te bepalen welke groepen de gemeente wil aantrekken en hoe Alphen zich in de toekomst wil ontwikkelen. Een duidelijke identiteit leidt tot meer betrokkenheid van inwoners en de gemeente krijgt de kans om zich te onderscheiden (Reinders, 2004, pp. 10-15). Alphen aan den Rijn krijgt een duidelijke identiteit wanneer alle betrokkenen hetzelfde uitdragen. Dit kan alleen wanneer er sprake is van consensus tussen de gemeente en haar inwoners. Dit vergroot de acceptatie van toekomstige plannen en bevordert de samenwerking tussen burgers en gemeente. Hierdoor zal de gemeente beter in staat zijn om toekomstige ontwikkelingen strategisch en efficiënt aan te pakken (Cüsters 2004, p.3). Dit onderzoek zal de visie van de gemeente en van de inwoners wat betreft de identiteit van Alphen in beeld brengen. Aan de hand hiervan kan de gemeente een identiteitsstrategie ontwikkelen waarbij er consensus is tussen de inwoners en de gemeente. Zo krijgt Alphen aan den Rijn ruim 70.000 ambassadeurs. De beste reclame is mond-tot-mondreclame en als de eigen bevolking een positieve identiteit van Alphen aan den Rijn kan uitdragen is dat het meest effectieve communicatie- en promotiemiddel (Visser e.a, 2008, p.26).

Daarbij gaat dit onderzoek ook in op de invloed van stedenbouwkundige ontwikkelingen op stedelijke identiteit. Specifiek in dit onderzoek; de herontwikkeling van het stationsgebied in Alphen aan den Rijn. De herontwikkeling van het stationsgebied kan dienen als leerproces voor toekomstige ontwikkelingen voor zowel Alphen als andere steden. Dragen stedenbouwkundige ontwikkelingen daadwerkelijk bij aan een duidelijke stedelijke identiteit? Hoe belangrijk is het dat inwoners en gemeente dezelfde doelen nastreven? Hoe zorg je daar voor? En leidt het uiteindelijk tot de gewenste resultaten? Dit zijn allemaal vragen die in dit onderzoek aan de orde komen. Hierdoor zorgt dit onderzoek ervoor dat er meer inzicht wordt verkregen in stedelijke identiteitsconstructie, binnenstedelijk ontwikkelen en stedenbouwkundig beleid.

1.4 Methodiek

In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van twee kwalitatieve onderzoeksmethoden. Het onderzoek kan worden opgedeeld in twee onderzoeksdelen. Het eerste deel betreft het onderzoek naar de visie van de gemeente. Hierbij wordt gebruik gemaakt van een inhoudsanalyse van beleidsdocumenten aangevuld met een diepte-interview. Het tweede deel betreft het onderzoek naar de visie van de bewoners. Hierbij wordt er gebruik gemaakt van twaalf semi- gestructureerde diepte interviews. Een uitgebreide verantwoording van de methodologie staat in hoofdstuk 3.

1.5 Opzet van het onderzoek

Hoofdstuk twee is de theoretische achtergrond van dit onderzoek. De theoretische achtergrond vormt de context van het onderzoek. Onderwerpen die in dit hoofdstuk aan bod komen zijn, identiteit, stedelijke identiteit, binnenstedelijk ontwikkelen en stationsgebieden.

Het derde hoofdstuk is het methodologisch hoofdstuk. In dit hoofdstuk zal toegelicht worden voor welke type onderzoek is gekozen en waarom. De aanpak van het onderzoek wordt uitgebreid beschreven. Verder zal beargumenteerd worden waarom bepaalde personen geïnterviewd zijn.

In het vierde hoofdstuk worden per deelvraag de resultaten en analyses gepresenteerd. Hier wordt ook een terugkoppeling gemaakt met de literatuur. Beide deelvragen eindigen met een conclusie.

Hoofdstuk 5 is de conclusie. Hier zal het antwoord op de onderzoeksvraag gegeven worden. Verder worden er aanbevelingen gedaan voor verder onderzoek. Tot slot zijn de bijlagen toegevoegd, zoals de uitwerkingen van de afgenomen interviews.

2. Stedelijke identiteit

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk zal het theoretisch kader geschetst worden voor het onderzoek. Identiteit is een begrip dat steeds vaker voorkomt in beleidsstukken en wetenschappelijke literatuur. Hoewel het begrip identiteit steeds frequenter gebruikt wordt, is de definitie ervan zwak en onzeker (Dormans e.a, 2003, p.13). Eveneens is er onzekerheid over de functionaliteit en draagkracht van het begrip identiteit in het huidige stedelijke beleid (Dussen, 2005, p. 187; Reinders, 2005). Aangezien identiteit het centrale begrip is in dit onderzoek zal er eerst uitgebreid in worden gegaan op de verschillende omschrijvingen en betekenissen van identiteit. Vervolgens zal er specifieke aandacht besteedt worden aan stedelijke identiteit en de constructie ervan. In paragraaf 2.5 zal het onderwerp “binnenstedelijk ontwikkelen” aan bod komen aangezien het stationsgebied in Alphen aan den Rijn, net zoals in veel andere plaatsen, in bestaand bebouwd gebied ligt. In de laatste paragraaf wordt aandacht besteed aan de herontwikkeling van stationsgebieden. Naar aanleiding van het theoretisch kader zal vervolgens het conceptueel model opgesteld worden.

2.2 Identiteit

De oorspronkelijke definitie van het woord identiteit is “herhaaldelijk hetzelfde (zijn)”. Het is afkomstig uit het Latijn: idem (is hetzelfde) & tidem, een achtervoegsel dat er een iteratief (herhalend) van maakt. In plaats van het woord “hetzelfde” te gebruiken wordt ook vaak het woord “herkenbaar” gebruikt (Kraan & van der Neut, 2001, p.11). Daarnaast zijn er veel andere definities van identiteit. De Van Dale omschrijft identiteit als ‘het individuele kenmerk’ en als ‘eigen karakter’. Dussen (2005) omschrijft identiteit als datgene wat blijvend is te midden van veranderingen en als datgene wat een eenheid vormt tegenover diversiteit (Dussen, 2005, p.187). Andere onderzoekers stellen dat gebouwen of personen geen identiteit van zichzelf hebben. Gebouwen en personen hebben wel specifieke kenmerken maar dat is niet hetzelfde als identiteit. Iets of iemand heeft alleen een identiteit als dat wordt toegekend door anderen. In die zin staat identiteit gelijk aan het geven of verlenen van betekenis aan iets of iemand (De Klerk, 2006).

Een methode om identiteit vast te stellen is om te benadrukken wat het *niet* is. Zo kan de identiteit vorm krijgen door deze te onderscheiden van anderen. In de praktijk wordt deze wijze van identiteitsconstructie veelvuldig gehanteerd. Een tweede methode om identiteit vast te stellen is het benadrukken van de zogeheten collectieve herinnering in de zin van een bewustzijn van een gemeenschappelijk verleden. Het gemeenschappelijke verleden heeft immers een belangrijke functie bij de collectieve identiteitsvorming (Dussen, 2005, pp.187-190).

2.3 Stedelijke identiteit

In de ruimtelijke wetenschappen is er sinds eind jaren '70 en jaren '80 meer belangstelling voor het begrip “identiteit” en de relatie tussen plaats en identiteit, als gevolg van globalisering, de komst van moderne transportmiddelen, ontwikkelingen in de telecommunicatie en de “cultural turn” (meer aandacht voor sociaal-culturele kenmerken bij het ontwikkelen van het landschap). Met name bij wetenschappen die betrokken zijn bij het ontwikkelen van het stedelijke landschap zoals geografie, architectuur, stedenbouwkunde en stadsociologie (Mommaas, 2001; Reinders, 2005a, p.5).

Een stad wil zich kunnen onderscheiden van andere steden. Daarom wordt stedelijke identiteit grotendeels geconstrueerd aan de hand van vergelijkingen (Zij hebben een groot winkelaanbod maar wij hebben veel culturele voorzieningen). Dit wij/zij denken is kenmerkend voor de opvattingen over stedelijke identiteit en komt ook terug in de temporele constructie van stedelijke identiteit (Dormans e.a., 2003, pp.118-120). Hierbij wordt de hedendaagse stad vergeleken met beelden van de stad uit het verleden. Het gaat dan met

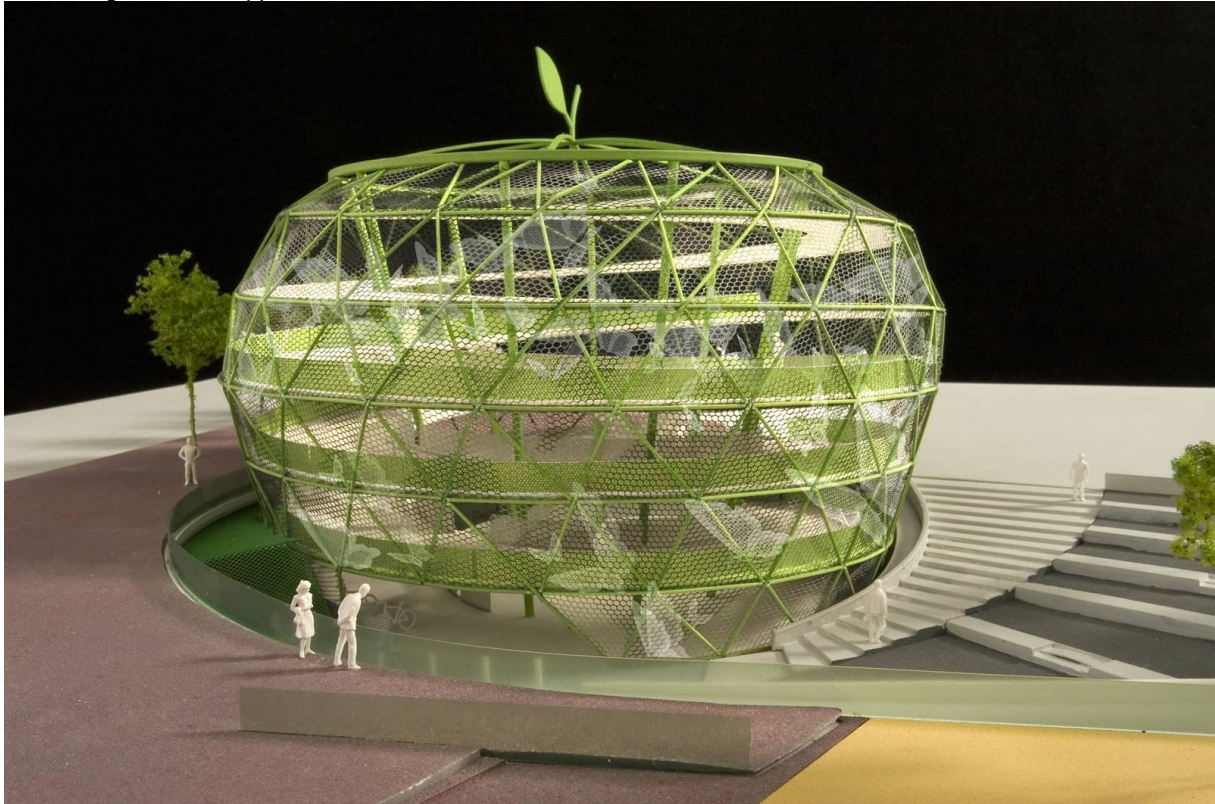
name over een gezamenlijk verleden of een collectieve herinnering. Wanneer een stad eeuwen geleden een belangrijke rol heeft gespeeld in de geschiedenis kan daar tot op de dag van vandaag nog steeds op worden voort gebouwd. Alphen aan den Rijn doet dit ook door voort te bouwen op haar Romeinse geschiedenis. De impact van het verleden op de hedendaagse stedelijke identiteit is dan nog steeds groot (Dormans e.a, 2003, p.120). De toekomst kan ook gebruikt worden bij het herformuleren van stedelijke identiteit. Nieuwe projecten (winkelcentra, stationsgebied, kantorenpark) worden gebruikt als vertolking van een stad in ontwikkeling met een nieuwe identiteit (Frijhoff, 1995).

Twee wetenschappelijke benaderingen die de relatie beschrijven tussen ruimte en identiteit zijn: Place of identity en Identity of place. Place of identity richt zich op de rol van plaatsen in collectieve of persoonlijke identiteiten. Ook gaat deze benadering in op de abstracte individuele gevoelens bij, of verbondenheid met een plaats. Place of identity heeft dus betrekking op de mens, in tegenstelling tot identity of place die betrekking heeft op de plaats (Boterman, 2009, p.12). De scheidslijn tussen deze twee benaderingen is dun. Er is in hoge mate interactie tussen beide identiteiten. Het is een complex proces doordat beide identiteiten dynamisch en continu aan verandering onderhevig zijn. De invloed die beide identiteiten op elkaar hebben is groot. De persoonlijke identiteit wordt deels gevormd door het land waar je geboren bent en de plaats waar je woont. De identiteit van een plaats wordt deels gevormd door de personen die er wonen (Reinders, 2005, p.5; Boterman, 2009, p.11). Voor dit onderzoek is met name identity of place belangrijk. Deze benadering richt zich op kenmerken die aan een plaats 'identiteit' of 'persoonlijkheid' toekennen. Hierbij verwijst ruimtelijke identiteit naar de eigenheid of authenticiteit van een plaats en naar herkenbaarheid en onderscheidbaarheid. Plaatsen willen zich onderscheiden en een uniek karakter en eigen identiteit creëren (Hague & Jenkins, 2005). Begrippen die sterk samenhangen met deze benadering zijn: "Spirit of place", "Genius loci" en "imageability" (Reinders, 2005b, p.5; Boterman, 2009, p.11).

Spirit of place

Spirit of place betekent vrij vertaald "Plek plus karakter" (Norberg-Schultz, 1980). Een belangrijk aspect van deze benadering is de aanwezigheid van bijzondere gebouwen en markante symbolen, de zogenoemde "landmarks". Een landmark is een karakteristiek en bindend element en geeft een specifieke plek identiteit (Wever, 2007). De aanwezigheid van markante symbolen en bijzondere gebouwen is noodzakelijk voor een duidelijke stedelijke identiteit (Lynch, 1960). Ze dienen als referentiepunt in het landschap. Landmarks onderscheiden zich van andere gebouwen in de omgeving en zijn daardoor duidelijk herkenbaar. Vaak is het een bijzonder architectonisch gebouw of een gebouw met historisch belang. Historisch erfgoed is een van de belangrijkste elementen die een bijdrage leveren aan stedelijke identiteit. Ook bomen, kerken of verkeerspunten kunnen fungeren als landmark (Lynch, 1960; Florida, 2002; Boterman, 2009, pp.37-42). Voor het stationsgebied in Alphen aan den Rijn had het oude stationsgebouw kunnen fungeren als landmark. Het oude stationsgebouw paste echter niet bij de identiteit die Alphen aan den Rijn wil uitstralen. Dit leidde in 2007 tot de sloop van het pand. In de nieuwe plannen is er wel aandacht voor landmarks. De belangrijkste zijn de twee hoge torens, één aan de Kerk en Zanen zijde en één aan de centrum zijde. Deze hoge woon- en kantoor torens vormen de entree van de stad. Daarnaast is de fietsenstalling een belangrijke landmark. Het wordt een opvallend en in het oog springend gebouw in de vorm van een appel. Deze nieuwe gebouwen moeten fungeren als landmark en zo de identiteit van Alphen aan den Rijn uitdragen.

Afbeelding 2: De fietsappel



Bron: http://www.kuiper.nl/content/news/_0034_copy_4.jpg

Genius loci

De term "Genius loci" is een van de belangrijkste termen die de verbondenheid tussen plaats en identiteit aanduidt (Wever, 2007). Het wordt ook wel omschreven als de geest of de kracht van een plek die zorgt voor lokale eigenheid waardoor een plek zich kan onderscheiden van andere plekken (Wever, 2007). Norberg-Schultz schreef in 1980 dat het karakter van een plek iets ontastbaars is maar toch zorgt voor vertrouwen en herkenbaarheid. Het karakter van een plek zorgt ervoor dat mensen zich thuis voelen op een bepaalde plek. Het ontastbare verschijnsel wat een plek karakter geeft en ervoor zorgt dat mensen zich er thuis voelen is "genius loci" (Norberg-Schultz, 1980, p.5; Boterman, 2009, p.39).

Imageability

Met imageability worden niet alleen de gevoelens bij een bepaalde plek maar ook de kwaliteit van het gebied bedoeld (Lynch, 1960). De kwaliteit van een plek hangt af van het fysieke aspect en van de beleving. De beleving verschilt per persoon, maar wordt in grote mate bepaald door fysieke elementen die emoties oproepen en waaraan mensen een betekenis toekennen. Die fysieke elementen zijn duidelijk herkenningpunten zoals belangrijke gebouwen, verkeerspunten, wegen, pleinen, water et cetera. Deze elementen bepalen het beeld dat mensen hebben van een plaats (Krijn- Piersma, 2008). Wanneer de fysieke elementen met elkaar in evenwicht zijn en ook overeenkomen met andere indrukken van een persoon, ontstaat er een goede imageability (Boterman, 2009, p.39). De identiteit van een plek is dan het resultaat van een interactieproces tussen een persoon en de aanwezige elementen. Wanneer een plek een goede imageability heeft zal de plek worden gebruikt als referentiekader om andere plekken te waarderen (Lynch, 1960). Zo bekeken bestaat de relatie tussen de fysieke ruimte en personen uit drie factoren: de fysieke plek, de persoon zelf en zijn gevoel bij die plek. Door het zien en herkennen van een bepaald fysiek element worden er emoties opgeroepen en krijgt een plek een betekenis. Het fysieke

element wordt hierdoor omgezet in een beleving, dit bepaalt hoe een plek ervaren wordt (Krijn- Piersma, 2008; Boterman, 2009, p.39).

Verschillende wetenschappers hebben geprobeerd om aan het begrip stedelijke identiteit een duidelijke invulling toe te kennen en om het beter af te bakenen. De één omschrijft het als de persoonlijkheid van de stad, een ander beschouwt stedelijke identiteit als datgene wat de stad in zich heeft en weer een ander omschrijft het als het 'eigene' van de stad (Barke en Harrop, 1994 p.95). Een belangrijke vraag die hier uit voortkomt is: "Welke elementen of factoren bepalen dan het 'eigene' of de persoonlijkheid van de stad? Waar bestaat dat dan uit?"

Op basis van verschillende literatuur kan geconcludeerd worden dat het belangrijkste element van stedelijke identiteit historie/geschiedenis is (Lynch, 1960; Buursink, 1991; Broekhuizen, 2005; Reinders, 2004, Kei-centrum, 2009a; Fortuin & van der Graaf, 2005; Noordman, 2004). De historie van een stad komt in alle omschrijvingen van stedelijke identiteit voor. Noordman stelt dat de historie van de stad samen met de ligging de kern van stedelijke identiteit vormt. Het zijn structurele elementen die vast liggen en niet veranderen. Noordman onderscheidt naast structurele elementen ook semi- statische elementen. Dit zijn: de omvang, het uiterlijk en het innerlijk. Deze elementen kunnen de identiteit van een stad wel beïnvloeden maar niet op korte termijn. Als laatste categorie noemt Noordman de inkleurende elementen. Dit zijn elementen die op korte termijn beïnvloedbaar zijn. De inkleurende elementen van identiteit zijn: symboliek, gedrag en communicatie (Noordman, 2004, p.109).

Lynch (1960) stelt twee elementen centraal die van belang zijn voor stedelijke identiteit. Het eerste element is de context. Het tweede element is de geschiedenis. Met de context bedoelt Lynch dat geen enkel fysiek element in de stad op zichzelf staat. Ieder gebouw wordt beleefd in de context van zijn omgeving (Boterman, 2009, p.29). De context wordt ook door Fortuin en van der Graaf (2005) gezien als een belangrijk element van stedelijke identiteit. Buursink (1991) maakt een tweedeling wanneer het gaat om stedelijke identiteit. Volgens hem bestaat de stedelijke identiteit uit een intern en een extern aspect. Bij het interne aspect gaat het om het zelfbeeld van de stad, bij het externe aspect gaat het om de identiteit van de stad in de ogen van buitenstaanders. Buursink komt vervolgens met vijf elementen die de stedelijke identiteit bepalen: ligging, historie, uiterlijk (bepaalde architectuurstijlen, rivierkades, station), grootte en stedelijke attributen zoals prominente gebouwen, bedrijven en evenementen (b.v. universiteit, musea, filialen van bekende ondernemingen).

Bovenstaande elementen dragen bij aan de naamsbekendheid van de stad en daarmee ook aan de identiteit. Naamsbekendheid, imago en identiteit zijn sterk verwant aan elkaar en liggen direct in elkaars verlengde (Buursink, 1991; Broekhuizen, 2005, p.120). Het imago van een stad wordt grotendeels bepaald door de identiteit van de stad. Naamsbekendheid is het onderdeel van imago dat iets zegt over de bekendheid van een stad. Het imago geeft ook inhoudelijke invulling aan die bekendheid (Buursink, 1991).

Over het algemeen komen in de verschillende beschrijvingen van stedelijke identiteit veel overeenkomstige termen voor. Toch zijn er enkele auteurs die identiteit beschrijven aan de hand van elementen die niet in veel andere beschrijvingen voorkomen. Een voorbeeld hiervan is de invulling die Fortuin en van der Graaf (2005) geven aan stedelijke identiteit. Zij omschrijven stedelijke identiteit aan de hand van de volgende woorden: dynamisch, meervoudig, constructivistisch en context gebonden. Het Kenniscentrum stedelijke vernieuwing (KEI) stelt dat de identiteit van een wijk of stad wordt bepaald door een unieke combinatie van:

- Fysieke kenmerken (architectuur, gebouwen).
- Sociale kenmerken (demografische en sociaal-culturele aspecten).

- Immateriële/symbolische kenmerken (geschiedenis, beleving en verhalen) (Kei-centrum, 2009a). Het KEI komt tot deze kenmerken door verschillende bronnen en onderzoeken met elkaar te vergelijken en samen te voegen.

In dit onderzoek wordt het begrip stedelijke identiteit ingevuld aan de hand van vier identiteitsperspectieven. De vier identiteitsperspectieven die gehanteerd worden zijn afkomstig van het onderzoek “Merkwaardige wijken” (2004) van Leeke Reinders. In zijn onderzoek onderscheidt hij vier perspectieven van stedelijke identiteit die elkaar deels overlappen:

- Een historisch perspectief (de invloed van het verleden op een plaats).
- Een fysiek- ruimtelijk perspectief (geografische locatie, stedenbouwkundige structuur, architectonische kwaliteiten).
- Een sociaal- ruimtelijk perspectief (sociaal-culturele kenmerken van een plaats).
- Een conceptueel perspectief (stedelijke identiteit als marketingconcept).

(Reinders, 2004, p.83-84; Kei-centrum, 2009a).

Er is gekozen om deze identiteitsperspectieven in dit onderzoek te hanteren omdat deze vier perspectieven veelomvattend zijn. Begrippen uit andere definities komen hier in terug of kunnen hier bij onderverdeeld worden. Deze invulling is niet te breed (bijvoorbeeld Buursink) of te smal (bijvoorbeeld Lynch) of vaag (bijvoorbeeld Fortuin en van der Graaf) maar precies een goede en duidelijke middenweg. Deze indeling is hierdoor goed toepasbaar op dit onderzoek. Een andere belangrijke reden om voor deze invulling van stedelijke identiteit te kiezen is dat Reinders de enige is die het conceptuele perspectief van stedelijk identiteit onderscheidt. Dit is een belangrijk perspectief omdat veel steden bezig zijn met het op de markt brengen van hun stad door bijvoorbeeld citymarketing. Juist het conceptuele perspectief is in dit onderzoek belangrijk omdat ook Alphen aan den Rijn bezig is met het construeren van een identiteit waarbij stedelijke identiteit gezien wordt als marketingconcept.

2.4 Stedelijke identiteitsconstructie

Niet elke plaats heeft van zichzelf een duidelijke eigen identiteit. Dit geldt ook voor Alphen aan den Rijn. Wanneer een plaats geen duidelijke eigen identiteit heeft, maar dat wel belangrijk vindt, wordt er geprobeerd om een identiteit te creëren. Bij de constructie van stedelijke identiteit (het creëren van een stedelijke identiteit) wordt er een onderscheid gemaakt tussen de objectieve vorm van identiteit en de subjectieve vorm van identiteit. Bij de objectieve vorm van identiteit is er sprake van één waarheid of werkelijkheid, namelijk die gebaseerd is op feiten. Er zou dan sprake zijn van één duidelijke identiteit voor een stad. Bij de subjectieve vorm van identiteit gaat men er van uit dat identiteit sociaal geconstrueerd is (Reinders, 2005b, p.6). Plaatsen worden door gebruikers op verschillende manieren gebruikt en van betekenis voorzien. Verschillende individuen kunnen verschillende identiteiten toekennen aan hetzelfde fenomeen. Om die reden kan men een plek geen eenduidige identiteit toekennen. Ze staat altijd in relatie met het perspectief van waaruit ze wordt gezien (Reinders, 2005b). Factoren die bepalen hoe iemand een plaats beleefd zijn de media, de sociale klasse waarin iemand is opgegroeid, verhalen over de plaats en de politieke situatie (Cresswell, 2005). Ook is identiteit geen statisch fenomeen maar een dynamisch proces waarbij stedelijke identiteiten kunnen veranderen door de tijd heen (Dormans e.a, 2003, p.27).

Het subjectieve karakter van stedelijke identiteit maakt dat een stedelijke identiteit voortdurend ter discussie staat. Uit een complex geheel wordt een selectie gemaakt die de stedelijke identiteit moet vormen (Reinders, 2005b). Deze selectie, die wordt gemaakt om de stedelijke identiteit te (her) formuleren, wordt gemaakt door verschillende actoren. Belangrijk

hierbij is de relatie tussen publieke en private partijen. Een leidende partij is de gemeente. De gemeente is een invloedrijke centrale actor, maar de gemeente is niet de stad. Ook private partijen moeten een rol spelen en invloed kunnen uitoefenen op de (her) formulering van de identiteit van de stad (van der Kolk, 2005). Belangrijke private actoren zijn bijvoorbeeld projectontwikkelaars, lokale media, bewonersverenigingen en winkeliersverenigingen. De verschillende actoren hebben verschillende belangen, iedereen probeert daarom zijn visie van de stedelijke identiteit dominant te maken. Door de toename van publiek- private samenwerking neemt de invloed van projectontwikkelaars en grote ondernemingen op de stedelijke identiteit toe (Boterman, 2009, p.25). Ook burgers laten in toenemende mate van zich horen en proberen zo hun invloed te vergroten. Het vormen van een stedelijke identiteit is hierdoor onderdeel van een politiek proces. Verschillende actoren vanuit verschillende posities proberen hun belangen te benadrukken. Toch is het vormen van een stedelijke identiteit niet alleen een politiek strategisch proces. Aangezien de betrokken actoren ook sociaal verbonden zijn met de stad zullen zij ook deels uit die betrokkenheid handelen (Dormans e.a, 2003, pp. 19-20). Voor het vormen van een stedelijke identiteit is het belangrijk dat er voldoende draagvlak is onder inwoners en bedrijven. Het beleid moet een groter draagvlak hebben dan enkel de lokale politiek (Buursink, 1991). Bij verschillende versnipperende visies zal het niet lukken om een sterke identiteit te creëren. Het nastreven van een gezamenlijke visie en een gezamenlijk doel is noodzakelijk voor een duidelijke eigen identiteit (Buursink, 1991).

Barke en Harrop (1994) wijzen erop dat het belangrijk is om identiteit en imago van een stad te onderscheiden. Identiteit is hoe de stad en haar inwoners zichzelf zien. Imago is hoe de buitenwereld tegen de stad aan kijkt. Imago en identiteit hoeven niet met elkaar overeen te komen. Ook hoeft het imago niet overeen te komen met de werkelijkheid, imago is niet wat je bent maar hoe je lijkt en hoe je je naar buiten toe profileert (Pellenbarg, 1991, p.2; Dormans e.a, 2003; Boterman, 2009, p.9; Kei-centrum, 2009a). Een stad kan bij verschillende doelgroepen verschillende imago's hebben. Hierdoor is het voor een stad moeilijk om een imago te sturen of te veranderen. De identiteit van de stad heeft veel invloed op het imago dat de stad heeft. Als een stad een negatief of onjuist imago heeft kan dit verbeterd worden door de identiteit van de stad scherper te stellen (Pellenbarg, 1991). In de optimale situatie sluit het imago zo goed mogelijk aan bij de identiteit. Uit het onderzoek van Dormans e.a uit 2003 blijkt dat inwoners van de steden Arnhem, Groningen, Maastricht en Tilburg stedelijke identiteit zien als iets hoe je jezelf ziet en hoe je wilt dat anderen je zien. Stedelijke identiteit omvat dan zowel imago als identiteit (Dormans e.a, 2003, p.28).

Er zijn verschillende manieren waarop steden de relatie tussen identiteit en imago behandelen. Zo kan een stad vanuit de identiteit aan het imago werken, vanuit het imago aan de identiteit werken, of aan beiden tegelijkertijd werken (van der Kolk, 2005). Alphen aan den Rijn werkt vanuit de identiteit aan het imago. Alphen wil graag een stedelijk imago. Om dit te bereiken wordt er gewerkt aan het creëren van een stedelijke identiteit. Dit uit zich bijvoorbeeld in de stedenbouwkundige ontwikkelingen. Door de stad daadwerkelijk te veranderen, verandert de identiteit en hiermee ook het imago.

Een belangrijk element bij stedelijke identiteitsconstructie is citymarketing. Bij citymarketing wordt de stad neergezet als een merk, een "brand" die zichzelf wil verkopen. Een "brand" is vaak een mix van identiteit en imago (Ashworth & Voogd, 1994). Buursink (1991) omschrijft citymarketing als: *het marktgerichte beleid waarbij een stad zich op basis van haar sterke punten onderscheidt van concurrenten* (Buursink, 1991 in van der Kolk, 2005, p. 6). Er zijn verschillende aanleidingen en doelstellingen voor citymarketing (van der Kolk, 2005). Voor Alphen aan den Rijn zijn er meerdere aanleidingen. De eerste aanleiding is het algemene welzijn van de stad. Men wil Alphen "beter of meer op de kaart te zetten". Men verwacht dat een stedelijk imago en stedelijke identiteit bij zal dragen aan de (economische) ontwikkeling van de stad. Belangrijk is het centraal stellen van de onderscheidende en unieke eigenschappen van de stad. Dit moet mensen bewust maken van het unieke van Alphen

waardoor mensen en bedrijven naar Alphen trekken. Dit moet bijdragen aan het uiteindelijke doel, namelijk de groei naar een (economisch) gezonde en sterke stad. Een tweede aanleiding voor citymarketing is dat het imago is achtergebleven bij de identiteit. Alphen wordt nog altijd gezien als “slaapdorp” terwijl het zich ontwikkelt tot een levendige stad met bijbehorende voorzieningen. Het imago is dus achtergebleven bij de identiteit. Door middel van citymarketing worden de nieuwe aantrekkelijke facetten van de stad benadrukt waardoor de identiteit verandert.

Over het algemeen richten steden zich in hun citymarketing op drie doelgroepen: bewoners, bezoekers en bedrijven (Ashworth & Voogd, 1994). De belangrijkste doelgroep voor Alphen aan den Rijn zijn de eigen bewoners. Het doel is om het trotsgevoel van de inwoners te vergroten. Uit onderzoek van de gemeente blijkt dat maar 38 procent van de inwoners trots is op Alphen (Visser e.a, 2008). Voor een sterke identiteit en imago is het belangrijk dat de eigen inwoners trots zijn. De eigen inwoners kunnen dan fungeren als ambassadeurs (van der Kolk, 2005; Visser e.a, 2008). Als zij positief over Alphen spreken zal de stad eerder een positief imago krijgen. Tevens richt Alphen zich ook op het bedrijfsleven. Het aantrekken van bedrijven is goed voor de lokale economie, biedt meer werkgelegenheid en draagt bij aan een stedelijke identiteit. Door meer werkgelegenheid in de eigen plaats te creëren zullen meer inwoners ook werken in Alphen. Hierdoor neemt de binding met de stad toe waardoor ook het trotsgevoel toeneemt. Daarnaast zal dit het imago van Alphen aan den Rijn als slaapstad verminderen. Alphen aan den Rijn richt zich in mindere mate op bezoekers. Er wordt wel aandacht besteedt aan de attractieparken Avifauna en Archeon. Ook is er aandacht voor Alphen als winkelstad maar bezoekers zijn nu de minst belangrijke doelgroep. Misschien dat de gemeente zich in de toekomst meer zal richten op bezoekers maar prioriteit is nu: het trotsgevoel van de inwoners vergroten.

2.5 Binnenstedelijk ontwikkelen en stedelijke identiteit

Dit onderzoek gaat specifiek in op de rol van het nieuwe stationsgebied van Alphen aan den Rijn op de identiteitsbeleving van haar inwoners en de identiteitsstrategie van de gemeente. Het stationsgebied ligt midden in de stad waardoor we in dit geval spreken van een binnenstedelijke ontwikkeling. De ontwikkeling van vastgoed in binnensteden is de laatste jaren sterk toegenomen (VROM, 2006). Door de toenemende onderlinge concurrentiestrijd tussen steden is het belangrijk voor een stad om een aantrekkelijke binnenstad en een aantrekkelijk vestigingsklimaat te creëren. Daarnaast wordt binnenstedelijke ontwikkeling ook vanuit de overheid gestimuleerd (VROM, 1997, 2004, 2006).

In veel steden worden momenteel grootschalige binnenstedelijke projecten ontwikkeld. Het gaat niet meer om een enkel gebouw maar om een heel gebied, ook wel integrale gebiedsontwikkeling genoemd (Boterman, 2009). Hele binnensteden ondergaan een drastische metamorfose in de hoop de concurrentie voor te blijven. Men gaat er van uit dat door de binnenstedelijke gebiedsontwikkeling een verhoging van de stedelijke kwaliteit plaatsvindt, maar dit is niet altijd het geval. De bestaande stedelijke identiteit en context is hierbij een bepalende factor (Boterman, 2009).

Wanneer men, zoals in Alphen aan den Rijn, een nieuwbouwproject ontwikkelt in een bestaand bebouwd gebied speelt de bestaande situatie een grote rol. De ontwikkeling van een nieuwbouwproject in binnenstedelijk gebied is een complexe aangelegenheid en vereist een andere aanpak dan nieuwbouwprojecten in buitengebieden waar de bestaande situatie een kleinere rol speelt (Ananiadou-Tzimopoulou & Fatouros, 1990 in Boterman, 2009, p. 37). Dit komt omdat de plek al een identiteit heeft, deel uitmaakt van herinneringen en emoties oproept. Gebruikers en bewoners voelen zich verbonden met het gebied. Het is belangrijk dat bewoners en gebruikers positief zijn over nieuwe projecten en ontwikkelingen. Bewoners en gebruikers zijn de doorslaggevende partijen om een project te laten slagen of te laten falen. Als deze groepen een project als negatief ervaren komen ze er niet meer en maken ze

er geen gebruik van. Hierdoor komt het nieuwe project niet tot haar recht. Eén van de belangrijkste succesfactoren bij ruimtelijke ontwikkeling in het stedelijke gebied is daarom rekening houden met de aanwezige stedelijke identiteit en met de gevoelens van bewoners en gebruikers (Van Bruchem & Herbrink, 2002; Havik, 2002; Lewicka, 2008).

Bij veel nieuwbouwprojecten weinig aandacht besteed aan de bestaande stedelijke identiteit of wordt er op een verkeerde manier mee omgegaan (Ananiadou-Tzimopoulou & Fatouros, 1990; Havik, 2001; Lewicka, 2008). In veel gevallen wordt er door stadsplanners en ontwikkelaars veel waarde gehecht aan moderne, futuristische architectuur. Dit kan bijdragen aan een nieuwe identiteit van een plaats maar het unieke karakter van de plek gaat verloren omdat nieuwbouw veelal uniform en monotoon is. Volgens Ananiadou-Tzimopoulou & Fatouros kan dit verklaard worden doordat stadsplanners en ontwikkelaars toekomstige bouwlocaties zien als lege plekken in de stad terwijl deze kavels open plekken zijn. Dat er geen gebouw op staat betekent niet dat het een lege plek is, het is een plek vol herinneringen en betekenissen, een open plek dus. Ook wordt de bestaande stedelijke identiteit gezien als een obstakel waardoor stadsplanners deze liever negeren. Wanneer stadsplanners de bestaande stedelijke identiteit op een positieve manier hanteren en integreren in hun plannen kan de bestaande stedelijke en identiteit juist fungeren als een van de succesfactoren van binnenstedelijke ontwikkelingen (Havik, 2002; Boterman, 2009, p. 6).

Historisch erfgoed

Veelal moet historisch erfgoed wijken voor nieuwbouw bij binnenstedelijke ontwikkelingen. Dit is opmerkelijk aangezien uit meerdere wetenschappelijke studies is gebleken dat mensen historische plekken en gebouwen positiever waarderen dan moderne architectuur (Faria & Leon-Ledesma, 2004; Lewicka, 2008). Men mist bij moderne architectuur een bepaald karakter, een bepaalde genius loci. Historische gebouwen en plekken hebben meer karakter en "meaning" omdat zij deel uitmaken van (stedelijke) herinneringen. De geschiedenis van een stad is één van de belangrijkste factoren waarop een stad zich kan onderscheiden. Historisch erfgoed is daardoor een belangrijke identiteitsdrager van een stad (Coeterier, 2002). Volgens Coeterier, en met hem vele andere wetenschappers staat historisch erfgoed symbool voor de identiteit van een plek en dient het als het visitekaartje voor een plaats (Frijhoff, 1995; Coeterier, 2002; Cools, 2004; Lewicka, 2008).

Historisch erfgoed is derhalve van groot belang voor stedelijke identiteit. Ontwikkelaars zouden historisch erfgoed kunnen benutten als identiteitsdrager door het een centrale plek te geven in hun plannen (Faria & Leon-Ledesma, 2004). Het verstaan van de emotionele, culturele en historische waarde is een voorwaarde bij het ontwerpen van succesvolle gebouwen en omgevingen (Bruchem, T. van & Herbrink, J., jaar, 2002). Een voorbeeld hiervan in dit onderzoek is het oude stationsgebouw van Alphen aan den Rijn. Voor veel inwoners had dit gebouw emotionele waarde, desondanks is het gesloopt. Het stationsgebouw fungeerde niet meer werkelijk als stationsgebouw maar het had een andere functie kunnen krijgen, bijvoorbeeld als winkel of restaurant. Op deze manier wordt er werkelijk rekening gehouden met de gevoelens en herinneringen van gebruikers en bewoners. Wellicht zouden de plannen voor de nieuwe stationsomgeving zodoende minder weerstand oproepen bij de Alphenaren.

Niet alleen vanwege identiteit zouden steden meer aandacht moeten besteden aan het behoud van historisch erfgoed, ook vanuit economisch oogpunt is het raadzaam om historisch erfgoed te behouden. Door de toename van binnenstedelijk ontwikkelen komen ontwikkelaars steeds vaker in aanraking met historisch erfgoed. In plaats van dit te zien als een last kan dit juist ook een heel positief aspect zijn. Er is een groeiende vraag naar woon- en kantoorruimten met een historische identiteit. Uit onderzoek van projectbureau Belverdere blijkt dat historisch erfgoed leidt tot een hogere marktwaarde van vastgoed (Projectbureau Belverdere, 1999). Daarbij vallen niet alleen gebouwen van honderden jaren oud onder de categorie historisch erfgoed. Ook meer recent vastgoed zoals jaren '30 woningen en

naoorlogse woonwijken kunnen gezien worden als historisch erfgoed. Ook hiervan moeten delen bewaard worden, anders ontstaat er door stedelijke vernieuwing een eenzijdig en uniform straatbeeld. Daarnaast is het behoud van erfgoed economisch aantrekkelijk voor een plaats omdat cultuurtoerisme steeds populairder wordt. Door de vergrijzing, toenemende vrije tijd en de welvaart groeit de toerisme- en recreatie- sector snel, zowel uit binnen- en buitenland. Dit betekent dat er meer belangstelling komt voor cultuurhistorisch erfgoed. Mensen gaan vaker een dagje weg of gaan op stedentrip. In hun vrije tijd bezoeken mensen oude kerken, forten, monumenten en musea (Projectbureau Belverdere, 1999). Zowel vanuit economisch oogpunt als vanwege stedelijke identiteit zouden projectontwikkelaars meer aandacht moeten besteden aan het behoud van historisch erfgoed. Erfgoed zou kunnen dienen als uitgangspunt voor nieuwe plannen of zou een nieuwe functie kunnen krijgen.

Openbare ruimte

Naast cultuurhistorisch erfgoed is ook de openbare ruimte een belangrijke factor bij stedelijke identiteit (Lynch, 1960; Jacobs, 1961; Dormans e.a, 2003). Openbare ruimte valt bij invulling van stedelijke identiteit onder het fysiek- ruimtelijke aspect. Openbare ruimtes in de stad zijn bijvoorbeeld winkelcentra, pleinen, parken, straten en stations. Het zijn belangrijke elementen in de stad. Het zijn plaatsen waar evenementen worden georganiseerd en waar verschillende bevolkingsgroepen elkaar ontmoeten (Kei, 2009b). Mensen gebruiken de openbare ruimten om het landschap voor zichzelf in kaart te brengen. De openbare ruimte wordt gebruikt om het omliggende vastgoed waar te nemen en te waarderen (Lynch, 1960). Straten, pleinen, parken en anderen openbare ruimten zijn dus meer dan alleen verbindingen tussen verschillende plekken (Jacobs, 1961). Openbare ruimten zorgen voor structuur in een gebied. Ze zijn bepalend voor het straatbeeld en daarmee ook voor de identiteit en herkenbaarheid van een plek (Oktay, 2002; Kei, 2009b). De aantrekkelijkheid van de openbare ruimte bepaalt of mensen er graag komen en hoe men zich gedraagt (Kei, 2009b). De kwaliteit en inrichting van de openbare ruimte heeft veel invloed op de waarde van het omliggende vastgoed (Visser & van Dam, 2006, Kei, 2009b). Het is van belang dat stadsplanners en ontwikkelaars aanzienlijke zorg en aandacht besteden aan de openbare ruimte. Succesvolle openbare ruimte sluit goed aan en vormt een eenheid met het al bestaande omliggende vastgoed, dit leidt tot een duidelijke eigen identiteit (Visser & van Dam, 2006; Lörzing e.a, 2008; Kei, 2009b).

2.6 Spanningsveld

In de praktijk blijkt dat de ideeën van stadsplanners niet altijd overeen komen met de wensen van gebruikers en bewoners. Vaak is er een bepaald spanningsveld tussen de sociale productie van ruimte en de sociale constructie van ruimte. Met de sociale productie van ruimte worden economische, sociale, technologische en ideologische factoren bedoeld die gebruikt worden door ontwerpers om een bepaald beeld of bepaalde identiteit uit te dragen. Met de sociale constructie van ruimte wordt de symbolische en intuïtieve ervaring van ruimte bedoeld. Hierbij veranderen mensen een bepaalde ruimte met gebruikmaking van ervaringen, herinneringen en dagelijkse gewoonte. Dit kan tot gevolg hebben dat de manier waarop gebruikers of bewoners een plek ervaren afwijkend is van het beeld dat planners en ontwerpers er mee voor ogen hadden (Reinders, 2005b, p.7). Sonnenfeld noemt dit de "dichotomy of location". Behalve de stad als fysieke omgeving, bestaat de stad ook als een sociaal-culturele omgeving. Ruimte is in dit inzicht een onbeschreven blad waaraan ieder zijn eigen interpretatie kan geven (Sonnenfeld, 1972 in, Reinders, 2005b, p.6).

Het is van belang dat stedelijk ontwerpers rekening houden met de wensen van inwoners en gebruikers van een plek. Wanneer dit niet gebeurt komt de sociale productie van ruimte niet overeen met de sociale constructie van ruimte. Een gevolg hiervan is dat mensen activiteiten gaan uitoefenen op plaatsen die daar niet voor zijn bedoeld (Hubbard & Lilley, 2004). Een ander gevolg is dat openbare ruimten kunnen veranderen in "dead spaces", bijvoorbeeld wanneer stadsplanners een speeltuin aanleggen terwijl daar geen behoefte aan is (Hubbard

& Lilley, 2004). Een ander groot gevolg is dat er een ruimtelijke tweedeling ontstaat. Enerzijds zijn er de “fully lives spaces” van de gewone mensen, dit zijn plaatsen waar mensen zich thuis voelen en mee verbonden voelen. Hier is ruimte voor levendigheid, creativiteit en energie. Anderzijds ontstaan er “cold and calculating spaces”. Dit zijn plekken die ontworpen zijn door wetenschappers en stadsplanners maar die geen rekening hebben gehouden met de wensen en gevoelens van gebruikers en bewoners. Gebruikers en bewoners voelen zich niet meer thuis op deze plek en gaan deze plek mijden of maken er op een andere manier gebruik van dan de bedoeling was van de ontwerpers. De plekken functioneren niet zoals ze volgens het ontwerp zouden moeten functioneren (Lefebvre, 1991 in Hubbard & Lilley, 2004, p.2). Healy (2007) stelt dat dit steeds vaker voorkomt. Dit komt omdat de stadsplanners van tegenwoordig meer boven het plangebied staan dan erin. Planners weten daardoor minder wat er speelt onder de “gewone” mensen. Het is moeilijker geworden om plannen goed af te stemmen op de wensen van gebruikers en bewoners (Healy, 2007). Als stadsplanners geen rekening houden met de wensen van gebruikers en inwoners dan slagen de stadsplanners er niet in om hun plannen optimaal tot uiting te laten komen. Dit is een gemiste kans voor zowel de stadsplanners als voor de bewoners en gebruikers. Om een win- win situatie te krijgen moeten stadsplanners luisteren naar de ideeën en wensen van de gebruikers en bewoners van een plek en er ook daadwerkelijk iets mee doen. Alleen zo zal een ontwerp aanslaan bij gebruikers en bewoners en de gewenste effecten opleveren (Hubbard & Lilley, 2004).

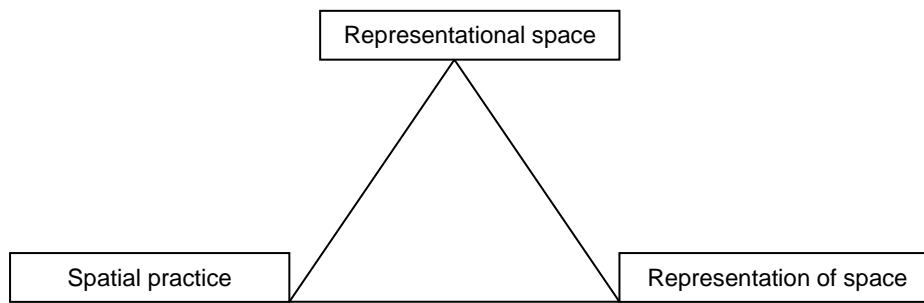
Eén van de invloedrijkste wetenschappers op het gebied van ruimte is Henri Lefebvre. Hij schreef in 1974 het boek “The production of space”. Voordat Lefebvre dit boek publiceerde werd ruimte gezien als een geometrisch fenomeen. Het werd gezien als een meetbaar en wiskundig/natuurkundig verschijnsel. Lefebvre was de eerste wetenschapper die onderscheid maakte tussen “mental space” en “social space” (Shields, 1999). Volgens Lefebvre is ruimte een sociaal product wat invloed heeft op ruimtelijke handelingen en percepties. In de ruimte die Lefebvre omschrijft probeert hij de ruimte te verklaren aan de hand van de relatie tussen de materiële, mentale en sociale ruimte. Hij beweert dat ruimte voortdurend wordt beïnvloed door menselijke processen (Healy, 2007). In “The production of space” theorie gaat het om de dialectiek tussen ruimte. Ruimte wordt namelijk beheerd door verschillende partijen met verschillende belangen.

In “The production of space” theorie onderscheidt Lefebvre drie soorten ruimte (space):

- *Representational space (lived space)*: Dit is ruimte zoals deze ‘geleefd’ wordt door haar inwoners/gebruikers. Het is subjectief, iedereen heeft een andere lived space. Het is een culturele vorm van ruimte die zich uit in ideeën, visies, symbolen, tekens en beelden. Dit is de dominante ruimte in de samenleving en heeft betrekking op de het sociale leven.
- *Spatial practice (perceived space)*: Dit is de ruimte zoals ervaren wordt in de stedelijke realiteit. Het gaat om de ervaring van de dagelijkse routines, activiteiten en interacties in de gebouwde materiële en fysieke omgeving.
- *Representation of space (conceived space)*: Dit is de ruimte zoals die is gepland en ontworpen door planners, wetenschappers en architecten.

In dit onderzoek kan de “representational space” gezien worden als de inwoners, de “spatial practice” als de fysieke ruimte en de “representation of space” als de gemeente. De dialectiek tussen de ruimte die men waarneemt (spatial practice) en de ruimte die wordt gepresenteerd (representation of space) en de geleefde ruimte (representational space) bepaalt uiteindelijk wat de werkelijke ruimte is. Stadsplanners kunnen andere ideeën en belangen hebben met de ruimte dan de bewoners ervan. Wanneer de verschillende ruimtes niet overeenkomen kunnen er spanningen en conflicten kunnen ontstaan tussen stadsplanner en bewoners

Figuur 1: Lefebvre's ruimtelijke driehoek



Bron: Miedema, 2009

Om in de hedendaagse samenleving succesvolle ruimtelijke ordening uit te voeren doen Healy en andere wetenschappers aanbevelingen. Healy stelt dat er in de moderne ruimtelijke ordening meer aandacht moet komen voor de relationele benadering van ruimte. De relationele benadering van ruimte benadrukt de dynamiek van de hedendaagse maatschappij. In de moderne maatschappij is er geen één werkelijke stedelijke omgeving. Er zijn net zoveel werkelijkheden als dat er mensen zijn. Iedereen creëert zijn eigen omgeving, iedereen heeft zijn eigen emoties, percepties, ervaringen en herinneringen aan een plek. Om het spanningsveld tussen de producenten en de consumenten van ruimte zo klein mogelijk te houden zullen de sociale processen centraal moeten staan bij de planning van stedelijke gebieden.

Verschillende wetenschappers stellen ook vast dat als men succesvolle nieuwbouwprojecten wil realiseren in bestaand bebouwd gebied, het nieuwbouwproject in harmonie moet zijn met de bestaande omgeving (Coeterier, 2002; Gospodini, 2002; Döll & Meurs, 2003, Lewicka, 2008). De bestaande identiteit moet dienen als leidraad voor nieuwe plannen (Lewicka, 2008). Projectontwikkelaars moeten de plek benaderen als een "open plek" en niet als een "lege plek". Ze moeten rekening houden met gevoelens, herinneringen, ervaringen en associaties die gebruikers en bewoners hebben met de plek (Ananiadou-Tzimopoulou & Fatouros, 1990). Planners moeten zich er bewust van zijn dat zij rekening moeten houden met hoe zij de ruimte graag zien (conceived space), hoe de ruimte beleefd wordt (lived space) en hoe de werkelijke situatie is (perceived space) (Healy, 2007). Het is daarom belangrijk dat planners gebruik maken van een bottom-up aanpak waarbij alle belanghebbenden betrokken worden bij de plannen. Door dit te combineren met een integrale en creatieve aanpak van nieuwbouwprojecten in bestaand bebouwd gebied, kunnen deze projecten een positieve bijdrage leveren aan de stedelijke omgeving (Coeterier, 2002; Döll & Meurs, 2003).

2.7 Stationsgebieden

In de vorige paragraaf is geschreven over binnenstedelijk ontwikkelen. Binnenstedelijk ontwikkelen en publiek- private samenwerking komt steeds frequenter voor. Veel voorkomende binnenstedelijke projecten zijn stationsgebieden. De drijvende factoren achter de grootschalige herontwikkeling van stationsgebieden in heel Europa zijn onder andere: de privatisering van de spoorwegen, toenemende aandacht voor duurzaam transport en de Europese integratie (Bertolini & Spit, 1998, pp. 5-8).

Ook in Nederland vindt er grootschalige herontwikkeling van binnenstedelijke stationsgebieden plaats. Na jaren van verval van het spoor is er de afgelopen decennia sprake van een "renaissance" (Kuijpers & Rutten, 2007, p.38). Men kan pas met de trein reizen sinds de negentiende eeuw. In die tijd werd de trein als een modern vervoersmiddel gezien. Reizen met de trein vond met destijds zeer bijzonder. Dit blijkt ook uit de indrukwekkende architectuur van de eerste stations. De stations waren de symbolen van vooruitgang en technische ontwikkeling. Men bouwde imponerende "kathedralen van het spoor". Een station was de nieuwe poort tot de stad en was de verbeelding van stedelijkheid. Daarmee werd het station ook een sociale ontmoetingsplaats (Schaap e.a, 2003, p.5; Ban, 2007; Kuijpers & Rutten, 2007, pp. 38-41).

Door de opkomst van de auto en het vliegtuig werd reizen per trein minder populair en hebben stations veel aan allure verloren. Tijdens de economische crisis voor de Tweede Wereldoorlog was er weinig aandacht voor stationsgebieden. Na de Tweede Wereldoorlog was er een korte periode van herstel waarin de gebombardeerde stations zo snel mogelijk werden herbouwd. Omdat de trein een groot aandeel reizigers verloor door de komst van andere vervoersmiddelen werd er weinig geld geïnvesteerd in het herstel van stations. Bij de wederopbouw van de stations was er daarom enkel oog voor de functionaliteit (Schaap e.a, 2003; Kuijpers & Rutten, 2007, pp.38-41).

Nu reizen per trein opnieuw aan populariteit toeneemt en terrein wint ten opzichte van de auto en het vliegtuig is ook de aandacht voor het station en de stationsomgeving toegenomen. De komst van de Hogesnelheidslijn (HSL) heeft ertoe geleid dat Europese overheden en private partijen flink investeren in stations en stationslocaties. In veel steden die aangesloten zijn op het HSL-netwerk worden compleet nieuwe stations gebouwd. Dit zijn moderne gebouwen met veel allure en futuristische architectuur. Niet alleen het station zelf wordt gerenoveerd maar ook de hele stationsomgeving. De wedergeboorte van het station is zichtbaar op middelgrote en grote stations door heel Europa (Schaap e.a, 2003; Ban, 2007).

Door de toename van mobiliteit en de groei van het aantal vervoersmiddelen is de mens getransformeerd van *Homo sapiens* naar *Homo mobilis* (Ban, 2007, p.289). Het station is hierdoor vele male complexer geworden. Naast treinen zijn er ook bussen, metro's, trams, lightrail, taxi's, voetgangers, fietsers en auto's. Het station is aan het begin van de eenentwintigste eeuw weer een belangrijk middelpunt in een complex en groot mobiliteitsnetwerk. Ook heeft het station een grote invloed op het omliggende vastgoed en de omliggende omgeving. Om die reden is het station opnieuw een belangrijk onderdeel van de stad geworden (Ban, 2007, p.289).

De Nederlandse overheid erkent ook het belang van goede stations en aantrekkelijke stationsgebieden en investeert daarom veel geld in stationsontwikkeling. De aanleg van de HSL is één van de belangrijkste redenen voor de overheid om te investeren in stations. De huidige stations zijn te klein om het toegenomen aantal reizigers te kunnen verwerken. Ook worden veel huidige stations vaak als onveilig ervaren (Schaap, 2003). Stations nemen een centrale plek in binnen de stad. Dit komt niet enkel door de veelal centrale ligging van de stations in de stad maar ook omdat stations schakels vormen tussen transport- en communicatienetwerken (Bertolini, 1996). Door deze bijzondere positie kunnen stations een

positieve invloed uitoefenen op de rest van de stad, hier wordt nu nog te weinig gebruik van gemaakt. De komst van de HSL is voor de overheid een goed aanknopingspunt om de Nederlandse stations grondig te renoveren zodat het station weer een waardevol onderdeel van de stad wordt (Schaap e.a, 2003, p.10).

De vernieuwing van de stations heeft aanzienlijke invloed op de steden. Vanwege de goede bereikbaarheid en het moderne karakter willen bedrijven in hoogwaardige dienstverlening zich rondom het station vestigen. Zo geven de nieuwe stationsgebieden met grote allure en vele functies een goede impuls aan de lokale economie en hebben een stimulerende uitstraling op de omgeving. Stations fungeren niet enkel meer als functionele gebouwen maar ook wederom als sociale ontmoetingsplaats. Wegens de combinatie van vele functies is het zowel overdag als 's avonds een levendig gebied waardoor de sociale veiligheid toeneemt. Door de toevoeging van voorzieningen, mooie en veilige openbare ruimte en hoogwaardige architectuur ontwikkelen de nieuwe stationsgebieden zich tot prettige woonwerk- en leefgebieden van hoog niveau (Schaap e.a, 2003, p.10).

2.7.1 Herontwikkeling stationsgebieden.

Door de bijzondere plek die stations innemen in de moderne samenleving (schakels tussen transport- en communicatienetwerken) is het complex om stations te herontwikkelen. De complexiteit van de herontwikkeling van stationsgebieden heeft volgens Bertolini (1996) te maken met drie factoren die nauw met elkaar verweven zijn. Dit zijn:

- *De intensivering van stromen*, er zijn diverse actoren betrokken bij de ontwikkeling en het beheer van herontwikkeling. Een divers scala aan organisaties en individuen die samenwerken vergt sterk management. Het vereist coördinatie bij de dagelijkse operaties en duidelijke strategieën voor de lange termijn. Een belangrijke verklaring voor de vele vertragingen die zich voordoen bij de herontwikkeling van stationsgebieden is te weinig of ineffectieve samenwerking tussen de verschillende actoren en partijen.
- *De opeenstapeling van activiteiten*, stationsontwikkelaars willen dat het station een volwaardig stuk van de stad is. Hoewel het niet altijd duidelijk is wat ze hiermee bedoelen, komt het in de praktijk vaak neer op multifunctionaliteit. Multifunctionaliteit wordt vrij routinematig omschreven als een essentieel kenmerk van een levendige en aangename stedelijke omgeving. Kantoren, winkels, hotels, congrescentra, recreatiefaciliteiten, tentoonstellingen en huisvesting onderdrukken de oorspronkelijke functie van het station. Hoewel het creëren van een gevarieerde omgeving hoog op de agenda staat komt de "gevarieerde omgeving" in de praktijk vaak neer op kantoorparken. Kantoren domineren de stationsomgeving aangezien de hoge onroerend goed belasting er voor zorgt dat geen ander type grondgebruik zo winstgevend is als kantoren.
- *De wirwar van actoren*, bij de herontwikkeling van stationsgebieden is een breed scala actoren betrokken. De lokale overheid of de nationale spoorwegmaatschappij is meestal de leidende partij. Maar ook andere overheden, transportbedrijven, ontwikkelaars en beleggers spelen een rol. Opmerkelijk is dat de gebruikers, zowel reizigers als niet-reizigers en de lokale kleine bedrijven uitgesloten zijn van de partnerschappen, terwijl juist deze partijen van vitaal belang zijn voor de uitvoering en succes van het project. Door het brede scala aan actoren zijn er veel verschillende tegengestelde belangen. De lokale overheid zou moeten optreden als bemiddelaar aangezien dit de minst partijdige en meest politiek gelegitimeerde actor zou moeten zijn. In de realiteit is dit echter niet zo. De overheid heeft vaak een dubbele rol. Aan de ene kant wil ze het democratische karakter van het ontwikkelingsproces waarborgen. Aan de andere kant stelt de overheid zich meer en meer op als een commerciële partner. In de praktijk tellen alleen de partijen met een sterke financiële positie mee voor de overheid. Dit leidt tot fricties binnen de publiek- private samenwerkingsverbanden. Sommige partijen trekken zich terug, andere worden

vervangen. Dit heeft tot gevolg dat plannen moeten wijzigen en de herontwikkeling vertraging oploopt.

Hoe complex de herontwikkeling van stationsgebieden is blijkt ook uit het boek "Cities on rails" van Bertolini en Spit. Na meerdere stationsgebieden in Europa te hebben onderzocht blijken er slechts enkele echt succesvol te zijn herontwikkeld (Euralille en Basel Euro Ville). Bij de andere stationsgebieden zijn talloze problemen opgetreden. Met name grootschalige vertraging en hoog oplopende kosten zijn veelvoorkomende problemen. Bertolini en Spit (1998) onderscheiden een vijftal dilemma's die de herontwikkeling van stationsgebieden karakteriseren.

- *Een ruimtelijk dilemma*, in de beperkte ruimte van het stationsgebied moeten steeds meer node en place functies worden ondergebracht, dit leidt tot spanningen.
- *Een tijdelijk dilemma*, door de tijd heen kunnen er grootschalige maatschappelijke en economische veranderingen optreden. Het is daarom van belang dat de plannen flexibel zijn en zich aan deze veranderingen kunnen aanpassen. Een plan te afhankelijk maken van een bepaalde markt, bijvoorbeeld de onroerend goed markt, kan destructieve gevolgen hebben wanneer na een aantal jaar blijkt dat de onroerend goed markt drastisch verandert.
- *Een functioneel dilemma*, multi- functionaliteit wordt nagestreefd omdat het als een essentieel onderdeel voor de leefbaarheid, veiligheid en aantrekkelijkheid van het stationsgebied wordt gezien. In de praktijk is het realiseren van multi- functionaliteit ingewikkeld. Bij de uitvoering komt het echter vaak neer op kantoren. Pogingen om multi- functionaliteit op gebouw- niveau door te voeren hebben in de meeste gevallen gefaald.
- *Een financieel dilemma*, de technische uitdaging en de tegenstrijdige eisen van de herontwikkeling van stationsgebieden worden vaak vertaald in hoge kosten. Grote hoeveelheden aan kantoren worden eerder gezien als een noodzakelijke voorwaarde voor de haalbaarheid van het project dan als een waardevol programma onderdeel.
- *Een management dilemma*, het stationsgebied is noch publiek, noch privé bezit. De onzekere juridische status leidt tot onduidelijkheden over de verantwoordelijkheid.

Moolhuijzen en van der Heijden onderscheiden drie spanningsvelden die herhaaldelijk terug komen bij de herontwikkeling van stationsgebieden. Dit zijn:

- *Integraliteit versus complexiteit*, hierover schrijven Moolhuijzen en van der Heijden, het volgende: "Er lijkt een causaal verband tussen de focus op integraliteit en de complexiteit van de projecten die alsmaar is gestegen. De laatste jaren blijkt dat er een duidelijke grens is aan de complexiteit die gemanaged kan worden: ontwikkelingen lopen vast (Amsterdam Zuid) of verlopen zeer moeizaam (Utrecht Centrum Project, Den Haag CS en Rotterdam CS)" (Moolhuijzen en van der Heijden, 2009, p.1).
- *Publiek versus commercieel*, de afgelopen jaren ging de aandacht grotendeels uit naar de commerciële activiteiten op stations in plaats van naar de reiziger. Het is belangrijk dat het belang van de reiziger weer centraal komt te staan op stations.
- *Strategie versus ambitie*, de verschillende actoren moeten een gezamenlijke ambitie nastreven. Met een gezamenlijke ambitie wordt meer bereikt dan met een gezamenlijke strategie.

De complexiteit van de herontwikkeling wordt nog eens versterkt door de toenemende aandacht voor het milieu en de duurzaamheid. Om een kwalitatief hoogwaardige leefomgeving te creëren moet er in de toch al beperkte ruimte ook groen en water geïntegreerd worden. Daarnaast moet het energieverbruik afnemen, de afvalverwerking verbeterd worden en de geluidsoverlast en luchtvervuiling verminderen. Ook het typisch Nederlandse poldermodel waarin er eindeloos overleg wordt gepleegd tussen alle mogelijke actoren leidt tot vertragingen en is een extra complicerende factor (Kuijpers en Rutten, 2007,

pp. 38-41). Prof.Ir. Coenen, rijksbouwmeester van de overheid ziet als complicerende factor de geringe rol van de overheid. In Nederland is de voortrekkersrol van de overheid verdampt. De ontwerpen van de nieuwe stationsgebieden geven hoofdzakelijk de wensen van de gemeente en marktpartijen weer. Dit leidt op den duur tot spanningen en fricties met de lokale bevolking, bedrijven en gebruikers (Schaap e.a, 2003, p.7).

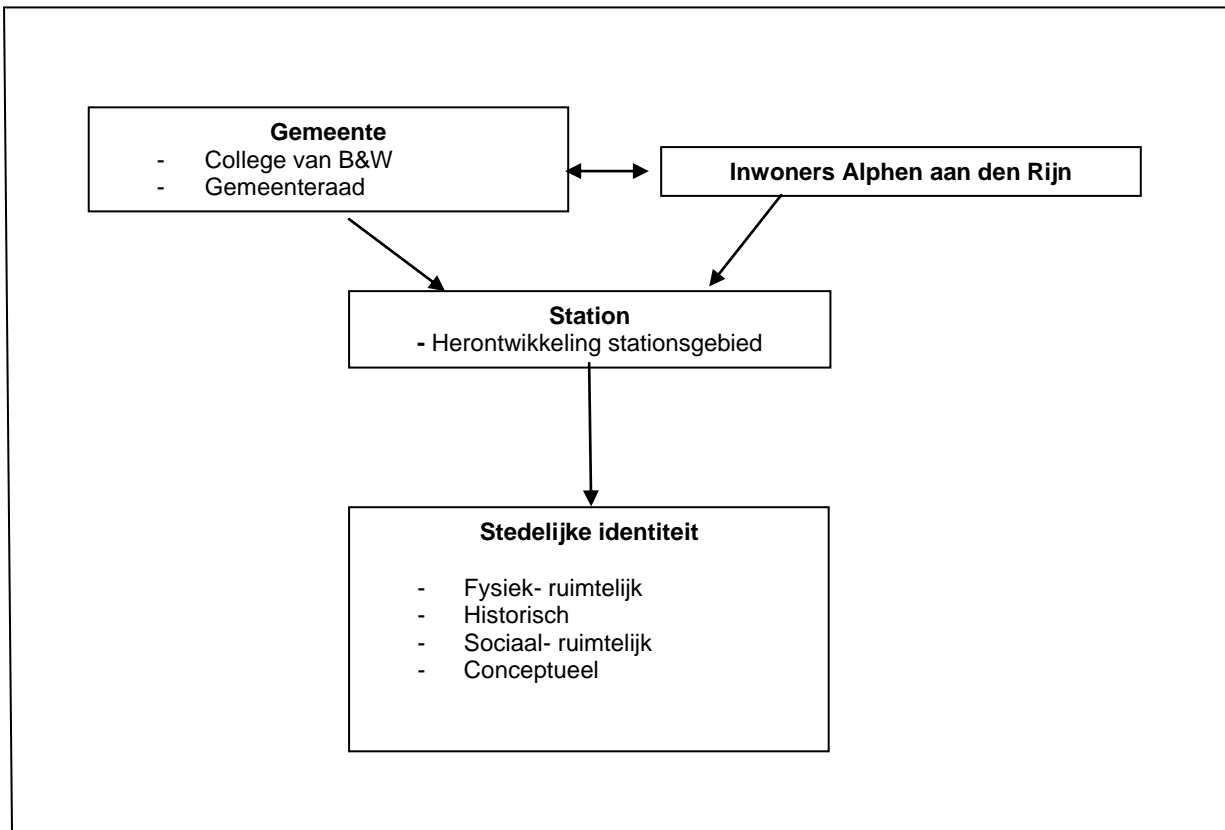
Om de herontwikkeling van stationsgebieden succesvoller te laten verlopen doet Bertolini (1996) twee aanbevelingen:

- *Integratie van de node in de place*, het station is zowel een knooppunt van verschillende netwerken als een plaats in de stad. Deze ambivalentie van stations is een bron van spanningen maar wanneer de node (knooppunt) op een juiste manier geïntegreerd wordt in de place (plaats) kan het ook de katalysator zijn van synergetische ontwikkelingen.
- *Strategieën op elkaar afstemmen*, op stations vloeien verschillende activiteiten en verschillende mensen samen. Dit beïnvloedt de directe omgeving maar heeft ook invloed op gehele stad. Publieke, private en gemeenschapsfactoren zijn rechtstreeks betrokken bij de transformatie van stationsgebieden. Conflicten lijken daarom onlosmakelijk verbonden met het veelzijdige karakter van de stations en hun omgeving. Voor de bevordering van herontwikkeling is het noodzakelijk om de verschillende strategieën op elkaar af te stemmen. Intensieve samenwerking tijdens het totale planningsproces kan conflicten voorkomen. Flexibiliteit is eveneens een essentiële factor bij de herontwikkeling van stationsgebieden. Flexibiliteit zorgt ervoor dat het ontwerp tijdens de herontwikkeling nog bijgesteld kan worden aan veranderende maatschappelijke en economische ontwikkelingen en wensen en belangen van de betrokken actoren. De samenwerking en communicatie met de gebruikers en bewoners, een sterke lokale basis en een hoog niveau van publieke betrokkenheid is eveneens noodzakelijk voor het succesvol herontwikkelen van stationsgebieden.

Niet alleen de stations van de grote steden in Nederland zijn het object van herontwikkeling, ook de stations van kleine- en middelgrote steden doen mee in deze trend. In Nederland zijn er momenteel rond de dertig steden waar herontwikkeling van binnenstedelijke spoorzones plaatsvindt (Bekkering, 2008, p.18). Voorbeelden hiervan zijn: Leiden, Den Bosch, Amersfoort, Tilburg, Zwolle, Rotterdam Alexander, Gouda, Almere Centrum, Baarn, Hilversum, Venlo, Roosendaal, Zaanstad, Beverwijk en Hengelo (Moolhuijzen & van der Heijden, 2009). Ook in Alphen aan den Rijn, een middelgrote stad in Zuid-Holland, wordt het stationsgebied herontwikkeld (Gemeente Alphen aan den Rijn, 2006). De gemeente hoopt dat het station een bijdrage kan leveren aan een duidelijke Alphenese identiteit Welke ontwikkelingen er precies gaande zijn en waarom dit gebeurt wordt nader toegelicht in paragraaf 4.2.

De bovenstaande literatuur geeft een beeld van wat er over stedelijke identiteit en stationsgebieden geschreven is. Op basis van de literatuur is een conceptueel model opgesteld voor dit onderzoek. Het model en de toelichting staan in paragraaf 2.8.

2.8 Conceptueel model



In het conceptuele model zijn alle relaties tussen de verschillende actoren en factoren van dit onderzoek schematisch weergegeven. Er is een relatie tussen de gemeente en de inwoners. Er is een relatie tussen de gemeente, het station en de stedelijke identiteit. Hoe denkt de gemeente dat het nieuwe stationsgebied een bijdrage kan leveren aan de Alphense identiteit? En er is een relatie tussen de inwoners, het station en de stedelijke identiteit. Hoe denken de inwoners dat het nieuwe stationsgebied een bijdrage kan leveren aan de Alphense identiteit? Stedelijke identiteit is een begrip dat om nadere invulling vraagt. Stedelijke identiteit wordt in dit onderzoek gerelateerd aan vier aspecten; fysiek- ruimtelijk, historisch, sociaal- ruimtelijk en conceptueel. Deze vier aspecten zijn ontleend aan het onderzoek: “Merkwaardige wijken” van Leeke Reinders uit 2004.

3. Methodologie

3.1 Inleiding

Dit deel van het onderzoek beslaat het methodische gedeelte en bestaat uit de verantwoording van het onderzoek. In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van kwalitatieve onderzoeksmethoden. Het onderzoek kan worden opgedeeld in twee onderzoeksdelen. Het eerste deel betreft de visie van de gemeente. Hierbij wordt gebruik gemaakt van een inhoudsanalyse van beleidsdocumenten aangevuld met een diepte-interview. Het tweede deel betreft de visie van de bewoners. Hierbij wordt er gebruik gemaakt van twaalf diepte interviews.

3.2 Gemeente

Het onderzoek naar de visie van de gemeente wordt uitgevoerd aan de hand van een inhoudsanalyse van verschillende beleidsdocumenten. Dit is een techniek om uitspraken te doen over communicatieboodschappen op basis van een objectieve en systematische analyse van gespecificeerde kenmerken van die boodschappen ('t Hart e.a, 1996. p.297). Een voordeel van een inhoudsanalyse is dat je te maken hebt met niet- uitgelokte gegevens, de documenten zijn non-reactief. Documenten worden geproduceerd voor eigen doeleinden en niet voor een onderzoek, wat de kwaliteit van documenten als databron ten goede komt (den Boer e.a, 1994). Bovendien is het mogelijk om binnen een vrij kort tijdsbestek veel informatie verwerven. In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van publieke documenten. Onderwerp van de inhoudsanalyse zijn:

- Stadsvisie Alphen aan den Rijn
- Nota Detailhandelsbeleid 2005-2018
- Stadspeiling 2007/2008
- Masterplan stationsomgeving
- Beeldkwaliteitplan stationsomgeving

De eerste drie documenten gaan over de identiteit van Alphen aan den Rijn in het algemeen. De laatste twee documenten gaan specifiek over de case- study van dit onderzoek, namelijk de stationsomgeving van Alphen aan den Rijn.

Van elk document is de inhoud na de analyse kort en bondig weergegeven in een tabel. De tabellen zijn terug te vinden in bijlage 1. Elk document is grondig doorgenomen waarna er een verdeling is gemaakt tussen relevante en niet- relevante informatie voor de eerste deelvraag. Alleen de relevante informatie is meegenomen in de inhoudsanalyse. De relevante informatie is vervolgens opgesplitst in verschillende fragmenten. Elk fragment heeft een kernlabel gekregen. Dit kernlabel dekt de lading van het fragment. De kernlabels zijn vervolgens opgesplitst in verschillende dimensies en ladingen. Deze dimensies en ladingen geven de belangrijkste onderwerpen en deelonderwerpen van het fragment aan. Er is voor deze indeling gekozen omdat dit binnen de communicatie wetenschappen een veelgebruikte manier is om een inhoudsanalyse uit te voeren (den Boer e.a, 1994). Aangezien de beleidsdocumenten een vorm van communicatie van gemeente naar burgers toe is, is er voor gekozen om de inhoudanalyse op deze manier uit te voeren. In tabelvorm ziet dit er als volgt uit:

Fragment	Kernlabel	Dimensies	Ladingen	
----------	-----------	-----------	----------	--

In de laatste kolom wordt vervolgens een identiteitsbegrip (een aspect van identiteit) aan het fragment toegedeeld. Hiervoor wordt gebruik gemaakt van dezelfde identiteitsbegrippen die Reinders (2004) onderscheidt in zijn onderzoek "Merkwaardige wijken". Hij onderscheidt vier aspecten van stedelijke identiteit die elkaar deels overlappen. Dit zijn:

- Het historische aspect (de invloed van het verleden op een plaats).

- Het fysiek- ruimtelijk aspect (geografische locatie, stedenbouwkundige structuur, architectonische kwaliteiten).
- Het sociaal- ruimtelijke aspect (sociaal-culturele kenmerken van een plaats).
- Het conceptuele aspect (stedelijke identiteit als marketingconcept, integraal perspectief waarin zowel historische, fysiek- ruimtelijke en sociaal- ruimtelijke factoren deel van uitmaken).

(Reinders, 2004, p.83-84; Kei-centrum, 2009).

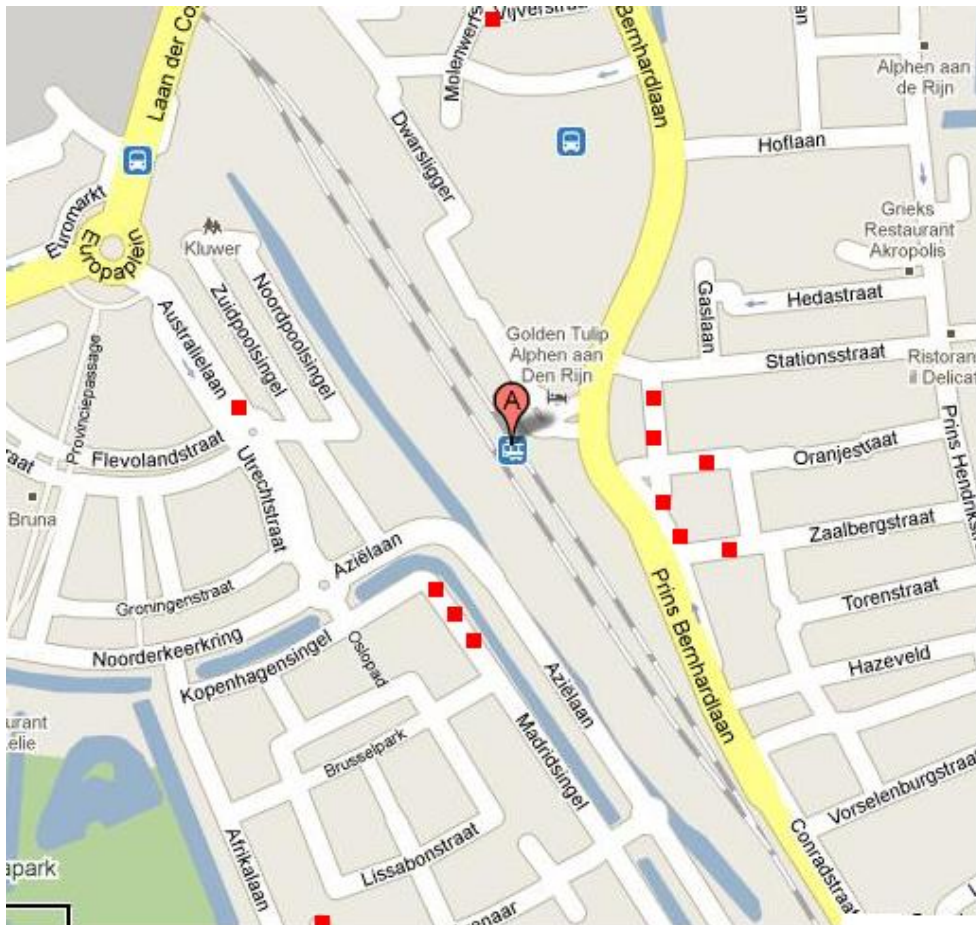
Omdat de vier aspecten elkaar kunnen overlappen is mogelijk dat er in de laatste kolom meerdere aspecten aangehaald worden.

Naast het analyseren van beleidsdocumenten is er ook een open interview gehouden met Mevr. D. Schurink; medewerkster afdeling communicatie, gemeente Alphen aan den Rijn. Haar werkzaamheden bestaan onder andere uit het opstellen van een stadsmarketingvisie voor Alphen aan den Rijn. Dit interview is in een vroeg stadium van het onderzoek gehouden. Dit interview kan gezien worden als een oriënterend gesprek met als doel om informatie te krijgen over de visie van de gemeente en te weten te komen waar de gemeente zelf onderzoek naar heeft gedaan en wat de gemeente nog graag onderzocht zou willen hebben.

3.3 Bewoners

Het onderzoek naar de visie van de bewoners wordt uitgevoerd aan de hand van semi-gestructureerde diepte interviews. Dit is een vorm van kwalitatief onderzoek. Deze manier van onderzoek geeft diepgaande informatie. Door deze manier van onderzoek toe te passen krijg je niet alleen de informatie over het “wat” maar ook over het “waarom” (Boeije, 2005). Het voordeel van semi- gestructureerde interviews ten opzichte van enquêtes of gestructureerde interviews is dat er dieper kan worden ingegaan op onderwerpen. Er is mogelijkheid tot doorvragen waardoor er meer informatie verkregen kan worden. Het voordeel van semi- gestructureerde interviews ten opzichte van open interviews is dat er bepaalde vaste onderwerpen behandeld worden. Omdat in elk interview dezelfde onderwerpen aan bod komen kunnen de antwoorden achteraf goed met elkaar vergeleken worden ('t Hart e.a, 1996). In totaal zijn er twaalf interviews gehouden. De respondenten zijn allemaal omwonenden van de stationsomgeving. Er is voor deze groep respondenten gekozen omdat omwonenden van de stationsomgeving beter op de hoogte zijn van de ontwikkelingen in het nieuwe stationsgebied. Daarnaast zijn zij ook de groep waarbij de directe leefomgeving wordt beïnvloed door de ontwikkelingen in de stationsomgeving. De respondenten zijn op twee manieren benaderd, schriftelijk en persoonlijk. Deze methode is gekozen omdat de kans bestaat dat bij een schriftelijk manier van benaderen alleen mensen reageren die een uitgesproken mening hebben. Om een goede afspiegeling te krijgen van de meningen zijn er daarom ook mensen persoonlijk benaderd. Uiteindelijk doen er aan dit onderzoek zes respondenten mee die schriftelijk zijn benaderd en zes respondenten die persoonlijk zijn benaderd. Vijf respondenten wonen aan de Kerk en Zanen kant van het station, zeven respondenten wonen aan de centrumkant van het station. De interviews zijn bij de respondenten thuis afgenomen. Uit verschillende onderzoeken blijkt dat mensen zich daar meer op hun gemak voelen en opener zijn (Boeije, 2005; 't Hart e.a, 1996). De uitgewerkte interviews zijn terug te vinden in bijlage 2. De belangrijkste resultaten staan in hoofdstuk 4. De resultaten worden onderbouwd met citaten uit de interviews.

Afbeelding 3: Kaart stationsgebied; spreiding respondenten



Bron: Miedema, 2010

De respondenten in dit onderzoek zijn anoniem. Wel is het belangrijk om te weten dat alle respondenten omwonenden van het station zijn. De bovenstaande kaart geeft door middel van de rode punten de spreiding van de respondenten weer. Het station wordt aangegeven met de A.

4. Gemeente en inwoners, twee handen op één buik...?

4.1 Inleiding

In dit hoofdstuk zullen de deelvragen beantwoord worden. Allereerst geeft paragraaf 4.2 informatie over de ontwikkelingen die in het Alphense stationsgebied plaatsvinden en waarom dit gebeurt. In paragraaf 4.3 en 4.4 zullen beide deelvragen behandeld worden. De eerste deelvraag wordt beantwoord aan de hand van een inhoudsanalyse van beleidsdocumenten en een interview met een beleidsmedewerkster van de gemeente. De volgende documenten zijn onderwerp van de inhoudsanalyse:

- Stadsvisie Alphen aan den Rijn
- Nota Detailhandelsbeleid 2005-2018
- Stadspelling 2007/2008
- Masterplan stationsomgeving
- Beeldkwaliteitplan stationsomgeving

De eerste drie documenten gaan over de identiteit van Alphen aan den Rijn in het algemeen. De laatste twee documenten gaan specifiek over de case- study van dit onderzoek, het stationsgebied in Alphen aan den Rijn.

In paragraaf 4.4 wordt de tweede deelvraag beantwoord. Het antwoord op deze deelvraag is verkregen door middel van diepte- interviews met bewoners. Beide paragrafen eindigen met een subconclusie.

4.2 Station Alphen aan den Rijn

Het stationsgebied in Alphen wordt op grote schaal herontwikkeld. Er zijn drie hoofdredenen voor deze grootschalige herontwikkeling (Gemeente Alphen aan den Rijn, 2006):

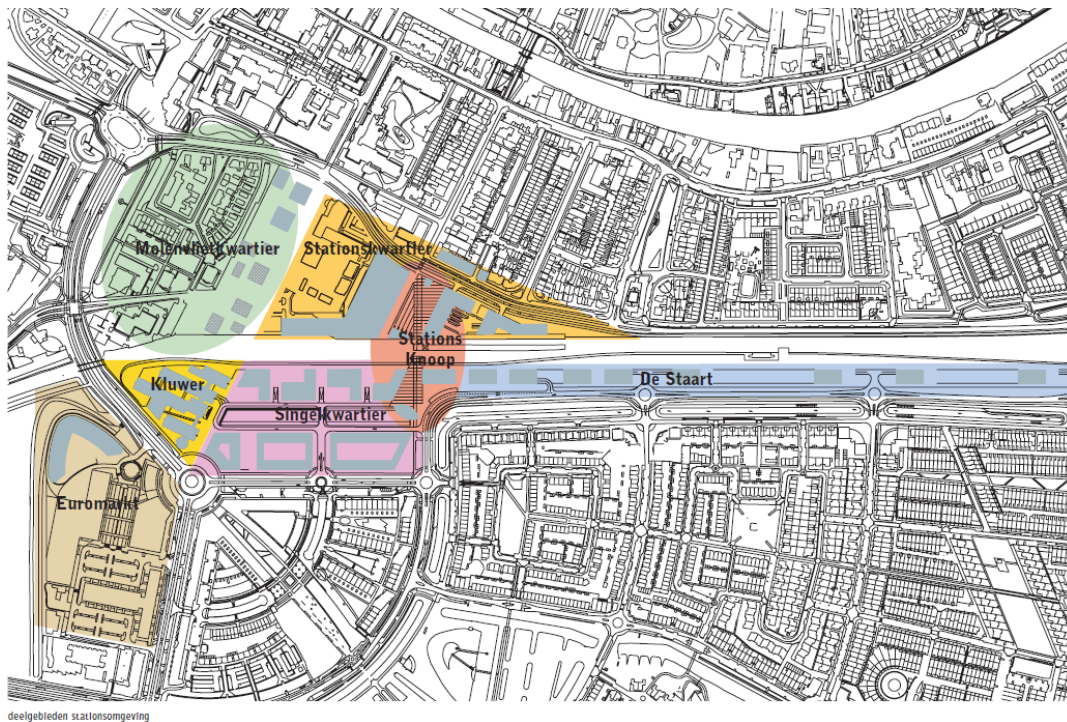
- De ontwikkeling van de wijk Kerk en Zanen. De spoorweg lag eerst aan de rand van Alphen aan den Rijn. Met de bouw van Kerk en Zanen vormt de spoorweg een barrière tussen het centrum en de nieuwbouwwijk. Om deze barrière op te heffen is de herontwikkeling van het stationsgebied noodzakelijk.
- Door de komst van Kerk en Zanen is het aantal fietsers en voetgangers die gebruik maken van de gelijkvloerse spoorwegkruising bij het station enorm toegenomen. Per etmaal wordt zo'n 25.000 keer van deze spoorwegkruising gebruik gemaakt. Dit is om veiligheidsredenen een onwenselijke situatie. Deze gelijkvloerse kruising moet zo spoedig mogelijk veranderd worden in een ongelijkvloerse kruising (tunnel) om zo de verkeersveiligheid te verbeteren.
- De gemeente Alphen aan den Rijn wil werkgelegenheid creëren binnen de gemeentegrenzen. Om ook het gebruik van het openbaar vervoer te stimuleren wordt hoge prioriteit gegeven aan het ontwikkelen van werkgelegenheid in de nabijheid van stations. De gemeente heeft daarom een strook grond gereserveerd in het stationsgebied voor kantoorontwikkeling.

Een belangrijke bijkomende reden is dat de gemeente Alphen aan den Rijn de afgelopen jaren fors geïnvesteerd heeft in het aantrekkelijker maken van de stad voor diverse doelgroepen op het gebied van onder andere winkelen en cultuur. In de stadsvisie heeft Alphen in 2018 het voorzieningenniveau van een stad (Gemeente Alphen aan den Rijn, 2005). Met name bestuur en politiek willen Alphen aan den Rijn graag grootstedelijk ontwikkelen en positioneren. Uit onderzoek van de gemeente blijkt dat volgens de inwoners de zwakste punten van Alphen de slechte bereikbaarheid en het ontbreken van allure of sfeer zijn (Visser e.a, 2008, p.19). Volgens de gemeente is de herontwikkeling van het stationsgebied een uitermate goede gelegenheid om deze zwakke punten te verbeteren. De herontwikkeling zorgt voor een inhaalslag wat betreft de stedelijke voorzieningen. Alphen kan door de herontwikkeling van het stationsgebied meer hoogwaardige werkgelegenheid naar

zich toe trekken waardoor er meer kantoren ontwikkeld moeten worden. Het spreekt voor zich dat het stadsbeeld hierdoor zal veranderen, waarbij de stedelijkheid toeneemt. Het nieuwe stationsgebied geeft zodoende een sterke impuls aan het stedelijke karakter van Alphen aan den Rijn (Gemeente Alphen aan den Rijn, 2006a).

Na jaren van plannen maken, ontwikkelen, overleggen en wijzigen is op 19 juli 2006 het bestemmingsplan stationsgebied onherroepelijk gemaakt. Op 25 april 2007 zijn de werkzaamheden aan de nieuwe stationsomgeving officieel van start gegaan. Omdat de gehele stationsomgeving getransformeerd wordt is er voor de herontwikkeling tien tot vijftien jaar uitgetrokken. Gedurende deze periode zullen de plannen voortdurend getoetst worden aan actuele maatschappelijk en economische ontwikkelingen. Gezien de omvang van het stationsgebied is besloten om de herontwikkeling op te delen in verschillende gebieden en fases (Gemeente Alphen aan den Rijn, 2006a). Onder andere door de economische crisis hebben de verschillende projecten al grote vertraging opgelopen. De volgende deelgebieden kunnen in de stationsomgeving onderscheiden worden: Kluwer, Singelkwartier, Euromarktlocatie, Stationskwartier, Stationsknoop, De Staart, Molenvlietkwartier.

Afbeelding 4: Deelgebieden stationsomgeving



Bron: Gemeente Alphen aan den Rijn, 2006.

De gemeente wil met het ontwikkelen van de stationsomgeving een positieve impuls geven aan het stedelijke karakter van Alphen aan den Rijn. De vernieuwde stationsomgeving wordt een stedelijk gebied met parkeergarage, fietsenstalling, busstation, woningen en commerciële ruimten. Er komen circa 750 woningen, 68.000 m² kantoorruimten en 11.000 m² commerciële ruimten. Hoofdzak voor het nieuwe stationsgebied is de combinatie van vervoersoplossingen, aantrekkelijke woningen, commerciële ruimten en aangenaam openbaar gebied (Gemeente Alphen aan den Rijn, 2006a).

Afbeelding 5: Luchtfoto van het plangebied



Bron: Gemeente Alphen aan den Rijn, 2006.

Uit paragraaf 2.7.1 en uit verschillende wetenschappelijk studies blijkt dat de herontwikkeling van stationsgebieden een complexe aangelegenheid is (Bertolini, 1996, Bertolini, 1998, Bertolini & Spit, 1998, Rutten, 2006; Moolhuijzen & van der Heijden, 2009). Dit geldt eveneens voor de herontwikkeling van het stationsgebied van Alphen aan den Rijn. Al sinds 1992 is de gemeente, in samenwerking met andere publiek- private partijen bezig met het ontwerpen en ontwikkelen van het nieuwe stationsgebied. Uiteindelijk duurt het jaren voordat plannen en ideeën daadwerkelijk ten uitvoer worden gebracht. Inmiddels is de bouw volop aan de gang en naar verwachting zal de herontwikkeling van het stationsgebied eind 2015 afgerond zijn (Gemeente Alphen aan den Rijn, 2006a).

Dat de herontwikkeling van de stationsomgeving geen specifiek Alphense aangelegenheid is mag duidelijk zijn. In andere steden is eveneens sprake van de herontwikkeling van stationslocaties waarbij vergelijkbare ambities, processen, programma's en ingrediënten een rol spelen. Om er voor te zorgen dat het stationsgebied toch kan bijdragen aan de eigen Alphense identiteit probeert de gemeente zich te onderscheiden op drie punten:

- *Groen*, Alphen aan den Rijn is in 2002 uitgekozen tot groenste gemeente van Europa. Alphen wil haar groene karakter behouden en benadrukken. Ook de ligging in het Groene Hart is een belangrijk factor. In het nieuwe stationsgebied moet veel ruimte en aandacht komen voor groen. Dit wordt gerealiseerd door de beplanting van verschillende soorten bomen en het creëren van groene zones.
- *Water*, kenmerkend voor Alphen aan den Rijn is de Rijn. Bovendien wordt Alphen in zijn geheel gekenmerkt door de aanwezigheid van water, variërend van kleine slootjes tot bijvoorbeeld de Zegerplas. De recreatievaart in Alphen is tevens een belangrijk onderwerp waar de gemeente extra aandacht aan wil besteden. "Water" is vandaar een prominent thema in de nieuwe stationsomgeving. Een gedeelte van de nieuwe stationsomgeving maakt deel uit van de ecologische hoofdstructuur van Alphen aan den Rijn. Het is van belang dat in dit gedeelte de natuurlijke uitstraling centraal staat. Het moet een polderachtige uitstraling krijgen met veel water en groen. Er komen bomen als wilgen, elzen en iepen. De oevers zijn voorzien van rietkragen en de bermen zullen groen zijn. Het gebied zal naast natuurwaarden tevens mogelijkheden moeten bieden voor recreatie (fietsen, wandelen, picknicken). Een recreatief fietspad verbindt het centrum met het buitengebied (Gemeente Alphen aan den Rijn, 2006b).
- *Architectuur*, de gemeente ziet het nieuwe stationsgebied als de entree van de stad. Deze entree moet allure en stedelijkheid uitstralen. Hoogwaardige architectuur is hierbij onmisbaar. Het al voltooide Da-Vinci complex is hiervan een voorbeeld, maar ook de toekomstige fietsenstalling "de fietsappel" en de vele kantoor- en woontorens zijn voorbeelden van hoogwaardige architectuur (Gemeente Alphen aan den Rijn, 2006b).

Bovenstaande tekst geeft weer hoe grootschalige de herontwikkeling van het stationsgebied is. In de volgende twee paragrafen wordt gekeken naar de visie van de gemeente en de visie van de inwoners op de identiteit van Alphen en welke rol het nieuwe stationsgebied daarbij speelt.

4.3 De gemeente

De deelvraag die in deze paragraaf wordt beantwoord is:

Hoe ziet de gemeente de identiteit van Alphen aan den Rijn en welke rol wordt daarbij toegekend aan de nieuwe stationsomgeving?

Deze deelvraag wordt beantwoord op basis van een inhoudsanalyse van verschillende beleidsdocumenten. Per identiteitsaspect zullen de resultaten en conclusies die uit de inhoudsanalyse van de beleidsdocumenten naar voren zijn gekomen worden behandeld. De resultaten zijn terug te vinden in bijlage 1. De scheidslijn tussen de vier identiteitsaspecten; fysiek- ruimtelijk, sociaal- ruimtelijk, historisch en conceptueel is geen harde lijn. De vier aspecten kunnen elkaar overlappen. Een tekstfragment uit één van de nota's kan dus meerdere identiteitsaspecten omvatten. Naast de tekstuele inhoud die geanalyseerd is aan de hand van de vier identiteitsaspecten van Reinders (2004) zijn ook de afbeeldingen uit het beeldkwaliteitplan stationsomgeving geanalyseerd. Afbeeldingen geven ook de visie van de gemeente weer. De afbeeldingen worden onderverdeeld in andere categorieën dan de tekst omdat alle afbeeldingen onder het fysiek- ruimtelijke aspect vallen. De afbeeldingen laten namelijk enkel de fysiek, visuele, stedenbouwkundige en architectonische kant van het stationsgebied zien. De categorieën waarin de afbeeldingen zijn onderverdeeld zijn: stedelijk, dorps en neutraal. De resultaten en conclusies worden onderbouwd met enkele citaten uit de nota's en uit het interview. Tevens worden de resultaten en conclusies teruggekoppeld aan de literatuur die beschreven is in hoofdstuk 2.

4.3.1 Fysiek- ruimtelijk

Het fysiek- ruimtelijke identiteitsaspect omvat volgens de definitie van Reinders (2004) onder andere de geografische locatie, de stedenbouwkundige structuur en architectonische kwaliteiten. Uit de inhoudsanalyse blijkt dat het fysiek- ruimtelijk identiteitsaspect verreweg het meest naar voren komt in de beleidsnota's. In de nota's wordt Alphen aan den Rijn veelvuldig beschreven als een moderne stad met aandacht voor voorzieningen en het nieuwe stadshart. Er is veel aandacht voor de ontwikkeling en identiteit van Alphen aan den Rijn. De gemeente wil dat Alphen een sterkere identiteit en een positiever imago krijgt. Alphen wil zich zo onderscheiden van andere steden in de regio zoals Zoetermeer, Gouda en Woerden en hierdoor een betere concurrentiepositie krijgen (Schurink, 2009). De gemeente wil een sterke identiteit en een positief imago bewerkstelligen door Alphen werkelijk te transformeren. Hierdoor verandert wezenlijk de Alphenese identiteit waardoor uiteindelijk ook het imago zal veranderen. De fysiek- ruimtelijke en visuele veranderingen komen tot uiting door de bouw van vele nieuwbouwwoningen, kantoren, winkels en pleinen.

De afgelopen jaren maar ook de komende jaren staat Alphen voor een groot aantal uitdagingen. Er zijn meerdere grote projecten gaande die het aanzicht en straatbeeld van Alphen drastisch veranderen. Een belangrijk project is de herontwikkeling van het stadshart. Dit komt onder andere terug in de nota detailhandelsbeleid en de stadsvisie. Alphen moet een bruisend stadshart krijgen door het ontwikkelen van een veelzijdig winkelaanbod, gezellige horeca en mooie appartementen. De multifunctionaliteit is belangrijk zodat het stadshart altijd levendig is. Onderstaand citaat geeft een voorbeeld van fysiek- ruimtelijke veranderingen:

“In het Stadshart van Alphen aan den Rijn wordt hard gewerkt om het stedelijk karakter meer “body” te geven. De ontwikkelingen vinden vooral plaats aan de Hoge Zijde en komen ondermeer tot uiting in het nieuwe stadhuis, theater en bioscoopcomplex en winkels. Tevens zal het Rijnplein de verblijfswaarde van het Stadshart versterken (Nota detailhandelsbeleid, 2005-2018).

Een tweede groot project is de herontwikkeling van het stationsgebied. Het uiterlijk, de fysiek- ruimtelijke omgeving en het visuele aspect zijn in grote mate bepalend voor de identiteit van een gebied (Buursink, 1991). In de beleidsnota's over het nieuwe stationsgebied is het fysiek- ruimtelijk aspect oververtegenwoordigd. Dit betekent dat er veel aandacht is voor het uiterlijk van dit gebied en daarmee ook voor de identiteit. De fysiek- ruimtelijke en visuele veranderingen uitten zich in grootschalige nieuwbouw in moderne architectuurstijlen. In de nota's die specifiek betrekking hebben op de stationsomgeving komen begrippen als "mooi, gezellig, sfeer, fraai, hoge kwaliteit, uitstraling, oogstrelend en karakter" veelvuldig voor. Dit zijn allen begrippen die vallen in de fysiek- ruimtelijke categorie. De volgende citaten zijn afkomstig uit de nota's die betrekking hebben op het stationsgebied en geven het fysiek- ruimtelijke karakter van deze nota's weer:

"Het plangebied wordt eigendom van iedere inwoner van Alphen aan den Rijn en vereist een hoge kwaliteit. Gestreefd wordt naar een zekere formele stedenbouwkundige opzet met fraaie gebouwen en gezellige pleinruimten en mooie straten" (Beeldkwaliteitplan stationsomgeving).

"Blok 23 is opgevat als afzonderlijke architectuureenheid. Het torengedebouw van 15 bouwlagen fungeert als baken dat het stationsgebied van Alphen aan den Rijn markeert. De woontoren, gelegen aan het stationsplein zijde Kerk en Zanen, accentueert de toegang tot het station. Op de begane grond bevindt zich de hoofdentree van de appartementen. Aan de kant van het stationsplein kan het resterende gedeelte ingevuld worden met commerciële voorzieningen. De hoofdvorm kan een kegel zijn met een plattegrond in de vorm van een koplamp. Voor de toren geldt een extra ambitie waarbij het gaat om een esthetisch oogstrelend gebouw met een hoge mate van authenticiteit" (Beeldkwaliteitplan stationsomgeving).

"Het Da- Vinci gebouw krijgt, gezien de markante situering een alzijdige representatieve uitstraling en oriëntatie. De vormtaal zal aansluiten bij de recente sculpturale architectuur van eveneens autonome gebouwen als het stadhuis, de kantoor- en woninglocatie Wereldhave en de kantoorpanden van LaGro en BDO ten noorden van de Laan der Continenten" (Beeldkwaliteitplan stationsomgeving).

Multifunctionaliteit is ook bij herontwikkeling van het stationsgebied een belangrijk punt. De mix van functies moet zorgen voor een gebied waar het dag en nacht levendig is. Hierdoor krijgt het gebied een meer stedelijke sfeer en bevordert het de veiligheid.

"Met de realisering van het Masterplan Stationsomgeving krijgt Alphen aan den Rijn er een gebied bij met een gemengd programma van wonen, werken, horeca en algemene voorzieningen. De stationsomgeving zal een plek vormen met veel verkeersbewegingen en veel interactie" (Beeldkwaliteitplan stationsomgeving).

"In het Singelkwartier ontstaat een mix van hoogwaardig wonen en hoogwaardig werken. Hoogwaardige werkgelegenheid wordt steeds meer in verband gebracht met een ontspannen informele multifunctionele omgeving. De kantoorbebouwing krijgt daarom een minder zakelijke uitstraling onder het motto: "wonen in een kantoor en werken in een woning" (Masterplan stationsomgeving).

De gemeente heeft een duidelijke visie over hoe Alphen zich moet ontwikkelen en moet profileren. Er is sprake van een top- down beleid waarbij de gemeente grote invloed uitoefent op de ontwikkeling van Alphen. De nieuwe projecten worden in grote mate gepland en ontworpen door gemeentebestuurders die de visie van het gemeentebestuur realiseren in fysiek- ruimtelijke veranderingen. Het fysiek- ruimtelijke aspect van identiteit komt overeen

met wat Lefebvre de representation of space noemt; de ruimte zoals die is gepland en ontworpen door planners en wetenschappers (Lefebvre, 1974).

Dat de gemeente veel aandacht geeft aan het fysiek- ruimtelijk aspect van identiteit heeft meerdere redenen. Fysiek- ruimtelijke veranderingen zijn duidelijk zichtbaar en op redelijk korte termijn te realiseren (Noordman, 2004). Hierdoor kan de gemeente in een relatief korte periode een identiteit voor Alphen aan den Rijn creëren. Het straatbeeld verandert drastisch waardoor ook de identiteit verandert. Het fysiek- ruimtelijk aspect van identiteit is relatief eenvoudiger en op kortere termijn te veranderen of te beïnvloeden dan bijvoorbeeld het sociale of het historische aspect (Noordman, 2004). Achterliggend doel van de grootschalige fysiek- ruimtelijke veranderingen is dat Alphen meer inwoners, bezoekers en bedrijven wil trekken:

“Met de realisatie van een aantal nieuwe projecten- zowel in het Stadshart als daarbuiten – staat de gemeente Alphen aan den Rijn aan de vooravond van een nieuwe fase in haar bestaan. Een nieuwe fase waarin het veranderingsproces van “dorp naar stad” verder vorm krijgt en een mentaliteitsverandering in gang wordt gezet bij investeerders, ondernemers en inwoners” (Nota detailhandelsbeleid, 2005-2018).

“Alphen aan den Rijn is niet een “anonieme” woongemeente aan de Oude Rijn, maar een moderne stad waar wat te beleven valt. Een stad die werkt aan haar toekomst, met in haar Stadshart een compleet voorzieningenaanbod (groot en klein). Juist in deze veelzijdigheid ligt het onderscheidend vermogen ten opzichte van steden als Leiden en Gouda, die zich met hun kleinschaligheid en historiciteit op hun beurt onderscheiden van Alphen aan den Rijn” (Nota detailhandelsbeleid, 2005-2018).

Door een sterke identiteit en stedelijke voorzieningen te creëren moet deze doelstelling gerealiseerd worden. Een bijkomend belangrijk doel is dat door de komst van (hoogwaardige) werkgelegenheid en voorzieningen de Alphenaren meer binding krijgen met de stad. Ze wonen niet alleen meer in Alphen maar gaan hier ook werken en recreëren. Hierdoor neemt de binding met de stad toe en ook het trots- gevoel. Wanneer de inwoners van Alphen trots zijn op hun stad zal dat ook doorwerken naar buiten toe (Schurink, 2009).

4.3.2 Historisch

Het historische identiteitsaspect wordt door Reinders (2004) omschreven als de invloed van het verleden op een plaats. Op basis van verschillende literatuur kan geconcludeerd worden dat historie/verleden het belangrijkste element is van stedelijke identiteit (Lynch, 1960; Buursink, 1991; Broekhuizen, 2005; Reinders, 2004, Kei-centrum, 2009a; Fortuin & van der Graaf, 2005; Noordman, 2004). Historie geeft een stad een ziel en karakter. Deels door het gebrek aan een historische binnenstad ziet de gemeente Alphen aan den Rijn het belang in van het creëren van een stedelijke identiteit. Opvallend is dan ook dat er in de nota's bijna geen aandacht besteed wordt aan het historische aspect van identiteit. Het historische aspect maakt maar vijf procent uit van alle identiteitsaspecten die in het totaal in de nota's voorkomen. Het is hiermee het minste voorkomende identiteitsaspect. In maar liefst drie van de vijf nota's is er helemaal geen aandacht voor het historische aspect, dit zijn de stadspeiling 2007/2008, de stadsvisie en het beeldkwaliteitplan stationsomgeving. Een verklaring hiervoor is dat Alphen aan den Rijn weinig zichtbare historie heeft en dat het historische aspect van stedelijke identiteit een structureel vastliggend element is dat eigenlijk niet te veranderen of te creëren is (Noordman, 2004). In de nota detailhandelsbeleid 2005-2018 komt het historische aspect het meest naar voren, namelijk 22 procent. In het masterplan stationsomgeving is vier procent van de identiteitsaspecten historisch. Een citaat hieruit is:

“Het huidige stationsgebouw stamt uit het begin van de 20e eeuw en heeft de nodige verbouwingen gekend. Volgens objectief onderzoek door bureau BAAC heeft het stationsgebouw niet voldoende bouwhistorische waarde om voor bescherming in het kader van Monumentenzorg in aanmerking te komen. Wel wordt het stationsgebouw door een gedeelte van de Alphense bevolking als een karakteristiek gebouw voor Alphen aan den Rijn gezien en kleeft voor hen een emotionele waarde aan het gebouw” (Masterplan stationsomgeving, 2004)

Bovenstaand citaat geeft aan dat het stationsgebouw door een gedeelte van de Alphense bevolking als een karakteristiek gebouw wordt gezien en emotionele waarde heeft, toch is het gesloopt. Het gebeurt vaker dat historisch erfgoed moet wijken voor nieuwbouw. Dit is opmerkelijk aangezien uit meerdere wetenschappelijke studies is gebleken dat mensen historische plekken en gebouwen positiever waarderen dan moderne architectuur (Faria & Leon-Ledesma, 2004; Lewicka, 2008). De geschiedenis van een stad is één van de belangrijkste factoren waarop een stad zich kan onderscheiden. Historisch erfgoed is daardoor een belangrijke identiteitsdrager van een stad. Historisch erfgoed staat symbool voor de identiteit van een plek en dient als het visitekaartje voor een plaats (Frijhoff, 1995; Coeterier, 2002; Cools, 2004; Lewicka, 2008).

Uit het interview met mevrouw Schurink blijkt dat de gemeente zich wel bewust is van het belang van historie voor een stedelijke identiteit. Uit het interview blijkt dat Alphen zich wil onderscheiden van andere steden door het Romeinse verleden van Alphen te benadrukken.

Mevrouw Schurink zegt hierover het volgende:

“wat iedereen vergeten te lijkt zijn is dat Alphen aan den Rijn een hele rijke geschiedenis heeft. De gemeente wil daarom ook heel erg inzetten op het Romeinse verleden van Alphen aan den Rijn en daarnaast ook op de Rijn. De Oude Rijn of ook wel Oude Limes vormde de grens van het Romeinse Rijk. Het grote Romeinse fort heeft op de plaats gestaan waar nu het Rijnplein ligt. De gemeente speelt hier al op in door bijvoorbeeld het nieuwe theater het Castellum-theater te noemen. Alphen is ook heel lang Castellumstad genoemd, dit allemaal vanuit het Romeinse tijdperk, daar zitten gewoon heel veel aanknopingspunten. Ook in de stedenbouwkundige plannen moet er meer aandacht komen voor de Romeinse geschiedenis van de stad, door bijvoorbeeld Romeinse bouwstijlen terug te laten komen. Daarnaast is Archeon een eyecatcher voor de stad, dus laten we daar als gemeente ook gebruik van maken”.

In Alphen zijn veel Romeinse opgravingen gedaan. Momenteel wordt er in Alphen gewerkt aan de bouw van een Romeins museum. In dit museum zullen de opgravingen tentoongesteld worden. De gemeente wil het archeologisch themapark “Archeon” ook meer inzetten om het Romeinse verleden van Alphen te benadrukken. Hieruit blijkt dat de gemeente zich wel bezig houdt met de historie en het verleden van Alphen. Dat het historische aspect het minste voorkomt in de nota's kan verklaard worden door het feit dat het ingewikkeld is om dit hele verre verleden te gebruiken voor de identiteit van Alphen aan den Rijn. Wanneer je door Alphen aan den Rijn loopt zie je niet direct iets terug van de historie en het Romeinse verleden. Dit is anders als in historische steden zoals Leiden, Delft of de Hanzesteden waar het verleden nog altijd zichtbaar is in het straatbeeld en de rijke historie bijdraagt aan een sfeervolle karakteristieke binnenstad. In Alphen is dit niet het geval en moet het verleden eigenlijk weer gecreëerd worden. Dit wordt gedaan door bijvoorbeeld woningen in Romeinse stijl te bouwen en straten Romeinse namen te geven (zie afbeelding 6). Zo moet het Romeinse verleden van Alphen weer tot leven komen. Al met al kost het creëren en benadrukken van het verleden van Alphen veel geld en is het nog maar de vraag of het tot het gewenste resultaat leidt: een duidelijke eigen identiteit voor Alphen

Afbeelding 6: Woningen in Romeinse stijl in Alphen



Bron: <http://www.vandenberggroep.nl>

4.3.3 Sociaal- ruimtelijk

Het sociaal- ruimtelijk aspect van identiteit is volgens Reinders (2004): de sociaal- culturele kenmerken van een plaats. De identiteit van de stad wordt bepaald door de mensen die er in wonen. De mensen bepalen de identiteit van de stad, maar de stad bepaalt ook wat voor mensen er wonen. Een stad met bepaalde kenmerken trekt mensen aan die die kenmerken belangrijk vinden, er is sprake van een wisselwerking.

De gemeente heeft bij het creëren van een identiteit voor Alphen aan den Rijn niet veel aandacht voor het sociaal- ruimtelijke aspect van identiteit. In totaal is tien procent van de identiteitsaspecten sociaal- ruimtelijk. In de nota detailhandelsbeleid en in het beeldkwaliteitplan stationsomgeving is nul procent sociaal- ruimtelijk. In de stadspeiling en in de stadvisie ligt dit percentage een stuk hoger. Dit komt omdat de beide documenten gebaseerd zijn op de meningen van de inwoners of ontstaan zijn in samenwerking met de inwoners. De inwoners hechten meer belang aan het sociaal- ruimtelijke identiteitsaspect van identiteit dan de gemeente en dat is terug te zien in deze nota's:

“Ook nu er na een grote operatie in het stadscentrum nog verdere ingrepen gaande zijn, is het belangrijk voeling te houden met de reacties van de bevolking. Zo werd duidelijk dat de inwoners de oplevering van het nieuwe stadshart aan de Hoge Zijde twee jaar geleden met groot enthousiasme ontvingen, terwijl zij aanvankelijk nogal aan het project moesten wennen. Een dergelijke trend zou zich kunnen voordoen bij de huidige aanpak van de stationsomgeving en van de Lage Zijde. Daarnaast is het interessant om te zien hoe de publieke opinie ten aanzien van het nieuwe stadshart zich verder ontwikkelt” (Stadspeiling 2007-2008).

In de stadsvisie “Alphen richting 2018: zo zien wij dat!” wordt de gewenste toekomstvisie voor Alphen aan den Rijn geschetst en beschreven. De stadsvisie vormt de leidraad voor het politieke beleid in Alphen aan den Rijn voor de komende jaren. Deze visie is tot stand gekomen door intensieve samenwerking tussen de gemeente en haar inwoners. De stadsvisie is het enige document waar het sociaal- ruimtelijk identiteitsbegrip het hoogst scoort. De document is duidelijk “zachter” van karakter dan de beleidsdocumenten die eenzijdig door de gemeente zijn opgesteld. In deze nota is meer aandacht voor de sociale ontwikkeling in Alphen aan den Rijn dan voor de ruimtelijke ontwikkeling. Zo wordt er geschreven over de multiculturele samenleving, de vergrijzing en sociale cohesie. De volgende citaten geven het sociale karakter van de stadsvisie weer:

“In 2018 is Alphen aan den Rijn nog steeds een stad. Maar de wijken en dorpskernen hebben een “dorps” karakter weten te bewaren. Dat “dorpse” kenmerkt zich door het feit dat men elkaar aanspreekt als er wat aan de hand is” (Stadsvisie).

“Alphen aan den Rijn is richting 2018 vooral:

- *Een veelkleurige stad, waar plaats is voor meerdere normen- en waardenstelsels, op een basis van onvoorwaardelijk kiezen voor elkaar*
- *Waar aan de basis geïnvesteerd wordt, dus in de jongsten en de jongeren*
- *Waar gezorgd wordt dat steeds minder mensen uit de boot vallen” (Stadsvisie).*

De nota's die specifiek betrekking hebben op de stationsomgeving zijn anders van karakter. In deze nota's is er vrijwel alleen aandacht voor het fysiek- ruimtelijk aspect van identiteit en niet voor het sociaal- ruimtelijk aspect van identiteit. Er wordt door de gemeente relatief weinig rekening gehouden met de door Lefebvre genoemde “representational space”. Dit is de ruimte zoals deze geleefd wordt door haar inwoners/gebruikers. De gevolgen hiervan komen later in dit onderzoek aan de orde.

4.3.4 Conceptueel

Het conceptuele aspect van stedelijke identiteit is wanneer men stedelijke identiteit ziet als marketingconcept. Het is een integraal perspectief waarin zowel historische, fysiek- ruimtelijke en sociaal- ruimtelijke factoren deel van uitmaken (Reinders, 2004). Het conceptuele aspect staat op de tweede plek, na het fysiek- ruimtelijk aspect van meest voorkomende identiteitsaspecten. Tussen het fysiek- ruimtelijk aspect en het conceptuele aspect zit een groot gat. Het fysiek- ruimtelijke aspect neemt 73 procent in van het totaal, het conceptuele aspect maar 12 procent. Aan de hand van de nota's kan geconcludeerd worden dat de gemeente bij het creëren van een identiteit voor Alphen aan den Rijn meer waarde hecht aan het conceptuele aspect van identiteit dan aan het sociaal- ruimtelijke en historische aspect maar dat het lang niet zo belangrijk is als het fysiek- ruimtelijk aspect. In de nota detailhandelsbeleid komt het conceptuele aspect het meest voor, namelijk 23 procent. Het gaat hier met name om het creëren van een aantrekkelijke binnenstad met een diversiteit aan winkels. Alphen wil graag een regiofunctie vervullen met het nieuwe stadshart. Een voorbeeld van een conceptueel identiteitsaspect uit de nota detailhandelsbeleid is:

“Tot slot zal het Stadshart van Alphen aan den Rijn als geheel duidelijk in de markt gezet moeten worden. Een gerichte promotie van het Stadshart als “het koopcentrum van het Groene Hart”, in combinatie met centrummanagement –waarin zowel publieke als private belangen vertegenwoordigd zijn- is hierbij een belangrijk instrument” (Nota detailhandelsbeleid)

Een citaat uit de stadsvisie geeft aan dat de gemeente Alphen echt op de kaart wil zetten:
“Zet Alphen aan den Rijn ook bij anderen op de kaart! Alphen aan den Rijn is geen eiland. Zijn ligging is immers zijn grootste kracht, ook omdat Alphen die ligging voor zijn inwoners wil “verzilveren” en omdat de stad en zijn inwoners functioneren in een regio, in het Groene Hart, in de Randstad” (Stadsvisie)

In de nota's die specifiek over het stationsgebied gaan is er niet veel aandacht voor het conceptuele aspect van identiteit. Er is naast de herontwikkeling van het stationsgebied geen specifieke marketing die het nieuwe station promoot of iets dergelijks. Dit zou misschien wel van toegevoegde waarde zijn want het is de bedoeling dat vele bedrijven zich hier gaan vestigen. Dit gebeurt niet altijd vanzelf, zeker niet in tijden van economische crisis. De gemeente zal hard moeten werken om ervoor te zorgen dat er daadwerkelijk bedrijven zijn die zich willen vestigen rondom het station van Alphen. De nieuwe stationsomgeving moet meer naamsbekendheid krijgen en het nieuwe karakter zal ook moeten bijdragen aan een positiever imago. De gemeente moet bedrijven overtuigen van het feit dat ze zich juist in Alphen moeten vestigen en dat het station een toplocatie is, ook voor hoogwaardige werkgelegenheid. In het gesprek met Mevr. Schurink die voor Alphen aan den Rijn de stadsmarketingvisie schrijft zegt zij:

“Ja ik denk dat de gemeente Alphen wel echt ambitie heeft. Dat Alphen groter moet worden, dat er meer bedrijven komen, meer kantoren. Ja de stationsomgeving, daar moet echt gewoon heel hard aan gewerkt worden wil je daar überhaupt mensen voor geïnteresseerd krijgen. We hebben heel veel leegstand in onze bedrijvenparken dus dan denk je er toch over na van hoe gaan wij bij de stationsomgeving nou kantoren aantrekken? Op HBO/WO-niveau. Daar ontbreekt het nog een beetje aan in Alphen”.

In het interview is er wel aanzienlijke aandacht voor het conceptuele aspect van stedelijk identiteit. Dit hangt logischerwijs samen met het feit dat Mevr. Schurink bezig is met het opstellen van een stadsmarketingvisie. Een stadsmarketingvisie omvat eigenlijk exact het conceptuele aspect van stedelijke identiteit. Desondanks is het opmerkelijk dat er in de nota's vrij weinig belangstelling is voor het conceptuele aspect van stedelijke identiteit. Juist het conceptuele aspect is een aspect dat de identiteit op korte termijn kan beïnvloeden. Volgens Noordman (2004) zijn de elementen van identiteit die op korte termijn beïnvloedbaar zijn: symboliek, gedrag en communicatie (Noordman, 2004). Dat dit een relatief eenvoudige manier is om een sterkere identiteit te krijgen blijkt uit het feit dat vele gemeenten zich bezig houden met citymarketing (Buursink, 1991). Door middel van slogans, logo's en evenementen wil men de stad promoten, naamsbekendheid geven en op de kaart zetten. Uiteindelijk zal dit doorwerken in de identiteit van de stad. Alphen aan den Rijn is ook bezig met het opstellen van een stadsmarketingvisie. Mevrouw Schurink geeft wel aan dat enkel promotie van de stad niet zal resulteren in een eigen identiteit:

“Wat je veel steden ziet doen is dat ze een slogan bedenken en daar gaan ze dan een communicatiecampagne bij bedenken en dan zeggen ze: nou we hebben stadsmarketing gedaan. Nou zo werkt dat niet”.

“Dat we als stad nog verder kunnen met evenementen en dat soort dingen, dat gelooft iedereen wel. Maar ik ben juist opzoek naar de feiten en het bewijs van hoe kan stadsmarketing nou echt bijdragen aan een betere concurrentiepositie”.

Er zijn verschillende manieren waarop steden hun identiteit en imago kunnen veranderen. Zo kan een stad vanuit de identiteit aan het imago werken, vanuit het imago aan de identiteit werken, of aan beiden tegelijkertijd werken (van der Kolk, 2005). Alphen aan den Rijn werkt vanuit de identiteit aan het imago. Alphen wil graag een stedelijke identiteit en imago. Om dit te bereiken wordt er gewerkt aan het creëren van een stedelijk Alphen. Dit uit zich bijvoorbeeld in de stedenbouwkundige ontwikkelingen. Door de stad daadwerkelijk te

veranderen, verandert de identiteit en hiermee ook het imago. Door het gelijk grootschalig aan te pakken hoopt de gemeente dat de nieuwe identiteit effectief bijdraagt aan een betere concurrentiepositie. Dit is een verklaring voor het feit dat de gemeente veel meer aandacht heeft voor het fysiek- ruimtelijk identiteitsaspect als voor het conceptuele identiteitsaspect. Voor een echte duidelijke Alphense identiteit die een effectieve bijdrage levert aan de concurrentiepositie is het introduceren van een logo en een slagzin niet genoeg. Om deze reden hecht de gemeente meer belang aan het fysiek- ruimtelijke aspect van stedelijke identiteit dan aan het conceptuele aspect van identiteit.

4.3.5 afbeeldingen

Naast het analyseren van de tekstuele inhoud van het beeldkwaliteitplan zijn ook de afbeeldingen geanalyseerd. In totaal staan er 88 afbeeldingen in het document. Deze afbeeldingen worden onderverdeeld in drie categorieën; kaarten (36), huidige stationsomgeving (10) en sfeerimpressies (42). Onder de categorie “sfeerimpressies” vallen de afbeeldingen die weergeven hoe de stationsomgeving er in de toekomst uit moet komen te zien. Deze sfeerimpressies zijn eveneens onderverdeeld in drie categorieën namelijk; stedelijk, dorps en neutraal. Afbeeldingen met hoge gebouwen en moderne architectuur zijn ingedeeld bij de categorie stedelijk. Afbeeldingen met groen, natuur en simpele gebouwen zijn ingedeeld bij de categorie dorps. De overige afbeeldingen die niet duidelijk een stedelijk of dorps karakter hebben zijn ingedeeld bij de categorie neutraal.

Zoals in tabel 6 te zien is, hebben 27 van de 42 afbeeldingen een stedelijk karakter tegenover 5 afbeeldingen met een dorps karakter. Hieruit kan opgemaakt worden dat het nieuwe stationsgebied een stedelijke uitstraling en een stedelijk karakter krijgt.

Tabel 1: Afbeeldingen

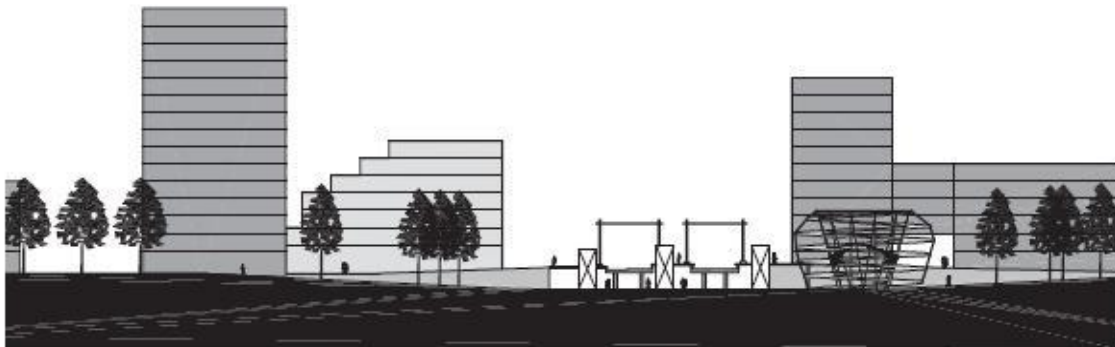
Sfeerimpressies	Stedelijk	Dorps	Neutraal	Totaal
	27	5	10	42

Miedema, 2009

De volgende afbeeldingen zijn overgenomen uit het beeldkwaliteitplan en geven een indruk wat voor soort afbeeldingen er in het beeldkwaliteitplan staan en welke afbeeldingen tot de verschillende categorieën behoren.

Referentiebeelden stationsomgeving “stedelijk”





doornede blok 23

Referentiebeelden stationsomgeving "dorps"





Referentiebeelden stationsomgeving "neutraal"



4.3.6 Subconclusie deelvraag 1

Aan de hand van de resultaten van de inhoudsanalyse die is toegepast op verschillende beleidsdocumenten en het interview kan geconcludeerd worden dat Alphen aan den Rijn een ambitieuze stad is die volop in ontwikkeling is en de afgelopen dertig jaar sterk gegroeid is. Alphen aan den Rijn wil groeien, moderner maar vooral stedelijker worden. De voornaamste redenen hiervoor zijn dat Alphen aan den Rijn haar concurrentiepositie ten opzichte van andere steden wil versterken. Daarnaast wil de gemeente de jongeren behouden in de stad. Om de concurrentiepositie te verbeteren en jongeren in de stad te houden is het belangrijk dat Alphen aan den Rijn een sterkere identiteit en imago krijgt. Het probleem van Alphen aan den Rijn is dat er geen zichtbare historie is die de stad uniek maakt en waarop de stad zich kan onderscheiden. Om deze reden wil de gemeente een identiteit voor Alphen aan den Rijn creëren.

Uit de inhoudsanalyse is gebleken dat de gemeente bij het creëren van die identiteit verreweg het meeste belang toekent aan het fysiek- ruimtelijke identiteitsaspect. Het fysiek-ruimtelijke aspect uit zich in fysieke, visuele en materiële veranderingen. Doormiddel van nieuwbouw, moderne architectuur en grootschalige fysiek- ruimtelijke veranderingen moet dit aspect een grote invloed uitoefenen op de Alphense identiteit. Dat de gemeente veel aandacht geeft aan het fysiek- ruimtelijk aspect van identiteit heeft meerdere redenen. Fysieke veranderingen zijn duidelijk zichtbaar en op redelijke korte termijn te realiseren. De stad verandert hierdoor werkelijk. De gemeente kan op deze manier in een relatief korte periode een identiteit voor Alphen aan den Rijn creëren (Noordman, 2004). Een belangrijke rol is hierbij weggelegd voor de stationsomgeving.

De nota's die specifiek betrekking hebben op het stationsgebied hebben een sterk fysiek-ruimtelijk karakter. Het gebied moet een multifunctioneel karakter krijgen waarbij wonen, werken en recreëren samengaan. Bij de herontwikkeling is er veel aandacht voor het uiterlijk van het gebied. Het station vormt ten slotte niet alleen de entree van de stad maar is tevens haar visitekaartje. De woontoren en de kantoortoren, beide 15 verdiepingen hoog moeten de rol van "landmark" vervullen voor Alphen aan den Rijn. Een landmark is een karakteristiek en bindend element en geeft een specifieke plek identiteit (Wever, 2007). Het kantorenpark naast het station moet hoogwaardige werkgelegenheid aantrekken en een stedelijke uitstraling hebben. Er is veel aandacht voor moderne en aparte architectuur, openbare ruimte en derhalve het visuele aspect van de stad. De woorden "stedelijke sfeer/ karakter/ identiteit/ uitstraling/ modern/ allure" komen veelvuldig voor in de documenten. In het beeldkwaliteitplan stationsomgeving staan veel afbeeldingen die een indruk moeten geven van het toekomstige stationsgebied. Meer dan de helft van de afbeeldingen heeft een stedelijke uitstraling. De moderne architectuur is hierbij opvallend.

Op de tweede plek, maar wel ver achter het fysiek- ruimtelijke aspect, staat het conceptuele aspect. Uit het interview met Mevr. Schurink is gebleken dat de gemeente Alphen zeer zeker aandacht heeft voor het conceptuele aspect van identiteit maar in de nota's komt dit niet duidelijk naar voren. Een belangrijk onderdeel van het conceptuele identiteitsaspect is promotie. Een voorbeeld hiervan voor Alphen is de slogan: Alphen ook voor jou. Vele steden maken gebruik van deze vorm van citymarketing. Symboliek en communicatie zijn zaken die eenvoudig en op korte termijn te veranderen zijn (Noordman, 2004). Het wordt overwegend ingezet om meer naamsbekendheid en een positiever imago te krijgen (Buursink, 1991). Maar het conceptuele identiteitsaspect houdt meer in dan enkel promotie van de stad. Het is een integrale strategie die op brede schaal en op vele terreinen toegepast wordt. De stationsomgeving valt hierbij ook onder het conceptuele identiteitsaspect. Naast het feit dat

de stationsomgeving wordt herontwikkeld vanwege praktische redenen, wordt dit ook gedaan om een bepaalde identiteit te creëren.

Het historische aspect komt weinig naar voren in de nota's. Een verklaring hiervoor is dat Alphen weinig historie heeft. Daarbij is het moeilijk om dit aspect te veranderen of te beïnvloeden zijn. In het gesprek met Mevrouw Schurink komt het historische aspect wel naar voren. De gemeente beseft dat historie grote invloed heeft op een sterke identiteit. Door het ontbreken van historie in het Alphense straatbeeld grijpt de gemeente nu terug op het Romeinse verleden van Alphen. Of dit in de toekomst zal bijdragen aan een duidelijke Alphense identiteit moet blijken.

Het sociaal- ruimtelijk identiteitsaspect komt eveneens weinig naar voren in de nota's. Het sociale aspect is net zoals het historische aspect moeilijk te veranderen of te beïnvloeden. Daarnaast wordt er in de wetenschappelijke literatuur ook relatief weinig aandacht besteed aan het sociale aspect van stedelijke identiteit. Aangezien beleidsmakers hun beleid veelal baseren op wetenschappelijke onderzoeken is dit wellicht een verklaring voor het feit dat er weinig aandacht is voor het sociale aspect van identiteit.

4.4 De bewoners

De deelvraag die in deze paragraaf beantwoord wordt is:

Hoe zien de inwoners de identiteit van Alphen aan den Rijn en welke rol wordt daarbij toegekend aan de nieuwe stationsomgeving?

Deze deelvraag wordt beantwoord op basis van twaalf diepte- interviews met bewoners van het stationsgebied.

4.4.1 Fysiek- ruimtelijk

Het fysiek- ruimtelijke identiteitsaspect omvat volgens de definitie van Reinders onder andere de geografische locatie, de stedenbouwkundige structuur en architectonische kwaliteiten. Uit de interviews blijkt dat de respondenten het fysiek- ruimtelijk identiteitsaspect van stedelijke identiteit het minst belangrijke aspect vinden. De meeste respondenten zijn van mening dat de fysieke omgeving van de stad niet de identiteit van de stad bepaalt.

De respondenten zijn van mening dat zij Alphen aan den Rijn geen duidelijke, eigen identiteit kunnen toekennen. Een aantal respondenten weet niet of Alphen aan den Rijn wel een eigen identiteit heeft. Toch omschrijven vrijwel alle respondenten Alphen op dezelfde manier: “een stad in verandering”, “groeierende stad”, “stad in ontwikkeling”, “tussen dorp en stad in”, “steeds minder dorp, steeds meer stad”, “uit de kluiten gewassen dorp”, “goede balans tussen dorp en stad”, “stad met dorps karakter”, “een net niet stad, en hou het ook zo”. Al deze omschrijvingen van de identiteit van Alphen aan den Rijn zijn net iets anders maar komen vrijwel op hetzelfde neer. Alphen aan den Rijn is een stad in ontwikkeling. Het zit nu tussen een dorp en stad in en de respondenten vinden deze tussenpositie juist één van de grote pluspunten van Alphen aan den Rijn. Men wil graag in deze tussenpositie blijven en men wil niet dat Alphen grootstedelijk wordt. De grootschalige fysiek- ruimtelijke veranderingen die de afgelopen jaren in Alphen hebben plaatsgevonden passen volgens de respondenten dan ook niet bij het karakter van Alphen

“Nee helemaal niet, al die vreselijke gebouwen die ze de laatste jaren gebouwd hebben en de komende jaren willen bouwen is alleen maar imagemakerij, die gebouwen hebben niets met Alphen te maken en passen er helemaal niet bij. Het zijn architectonische hoogstandjes die ze alleen maar bouwen om te scoren naar buiten toe”.

Een van de belangrijkste fysiek- ruimtelijke veranderingen is de herontwikkeling van het stationsgebied. Een deel van de respondenten is van mening dat de veranderingen wel passen bij het *nieuwe* karakter van Alphen. In die zin sluit de omvangrijke herontwikkeling van het stationsgebied ook aan bij andere ontwikkelingen in Alphen zoals de woonwijk Kerk en Zanen en het stadshart:

“Alphen wordt steeds groter met Kerk en Zanen en Burggooi erbij. Dan klopt het wel dat het stationsgebied ook mooier, groter en moderner wordt. Wat dat betreft is het wel in overeenstemming met het karakter van Alphen”.

Het nieuwe stationsgebied past niet bij het bestaande karakter van Alphen, maar wel bij de visie van Alphen om modern te zijn, om een stad te worden. Al die dingen waar ze nu mee bezig zijn, de ijsbaan, de discotheek, het ligt allemaal in de lijn om echt groot te zijn”.

Alle respondenten geven aan dat veranderingen in het stationsgebied niet voldoen aan hun behoeften. Volgens hen was het station goed zoals het was. Ze hebben daarom geen behoeften aan verandering en grootschalige herontwikkeling van het stationsgebied:

“Er zat echt niemand te wachten op een groter station. We hebben altijd zelf kunnen zien dat het nooit echt druk was. En er waren goede faciliteiten, er was een stationsgebouw, een kiosk, een bloemenstalletje, een bewaakte fietsenstalling, het was gewoon prima zoals het was”.

Wel wordt de tunnel, die Kerk en Zanen met het centrum verbindt door iedereen als een grote verbetering gezien. Maar dit is niet zozeer een visuele verandering maar een functionele verandering:

“Nou er zijn zowel positieve als negatieve elementen. Positief vind ik de onderdoorgang onder het spoor. Dit is een grote verbetering. Ik denk dat het veiliger is en dat het verkeer beter doorstroomt. Verder zijn er heel veel negatieve punten, ongeveer alles eigenlijk”.

“Ja de tunnel, dat is heel goed dat die er komt, Uhm ja ik denk dat dat het enige is”.

Men heeft bij de herontwikkeling van het stationsgebied hoofdzakelijk moeite met het grootschalige karakter van de bouwwerken, met name de hoogte van een aantal gebouwen. Ook heeft de meerderheid van de respondenten grote twijfels over het grote kantooroppervlak dat er wordt ontwikkeld, vooral omdat er veel leegstand is onder bestaande kantoren in Alphen aan den Rijn:

“Volgens mij is er in Alphen helemaal geen behoefte aan nieuwe kantoren. Er staat al best veel kantoorruimte leeg, laten ze eerst eens zorgen dat daar bedrijven in komen en ga dan pas iets nieuws bouwen”.

Een verklaring voor het feit dat de respondenten overwegend negatief zijn over de ontwikkelingen in het stationsgebied is het feit dat juist deze mensen er direct mee betrokken zijn. Hun directe leefomgeving verandert drastisch en daarnaast wonen ze jarenlang midden in een bouwput. Alphenaren die verder weg van het station wonen en niet met de trein reizen zullen de ontwikkelingen in het stationsgebied misschien niet zo negatief zien. Zij ondervinden er niet dagelijks direct overlast van en hun directe woonomgeving verandert niet:

“Wat ik echt negatief vind is de drukke weg voor het huis en het grote kantoorpand voor het huis. Het belemmert het uitzicht en misschien daalt de waarde van onze woning er ook wel door. En ik denk dat er sowieso niet echt veel mensen zitten te wachten op een woning pal aan een drukke weg en een grote kantorenflat voor je deur, dus dat is wel echt negatief ja”.

“Wat denk je van die hoge flats, er zitten erbij van 12 en 18 verdiepingen hoog, hier pal voor mijn huis. Verderop komt er een van 23 verdiepingen, nou daar zit echt niemand op te wachten hoor”.

“Ik vind het erg negatief dat mensen zoals wij jarenlang in een bouwput wonen. Het is echt een tien-jaren plan, er komt geen einde aan.”

“We zitten al jarenlang in een bouwput. Dat is soms wel echt vervelend, je hele huis zit vol zand en als het heeft geregend is het overal een grote modderpoel. Dit duurt al een paar jaar maar het is nog lang niet af hoor, het blijft nog wel een aantal jaren zo”.

“Het lijkt alsof ze alles tegelijk doen en niets afmaken. Het is altijd een puinhoop, overal is het modderig en staan er hekken en troep. En als je net aan het ene gewend bent dan komt er weer iets anders. Soms word je wel gek van hoor”.

Ook al zijn de meeste respondenten vrij negatief over de veranderingen in het stationsgebied, een deel heeft er ook begrip voor:

“Het liefst heb ik natuurlijk ook een klein stationnetje waardoor op ik op de trein kan blijven kijken in plaats van flats. Maar ja Alphen ontwikkelt zich gewoon en waar vind je nou nog een leuk klein stationnetje in een stad met meer dan 70.000 inwoners, dat is gewoon een illusie”.

“Ik vind het jammer dat hier ze gaan bouwen, en dat het stationsgebouw gesloopt is, ja dat vind ik heel jammer. Maar ik begrijp ook wel dat de gemeente ergens moet bouwen en dat hier binnen de contouren van Alphen nog relatief veel ruimte is. Het was dus ook wel een beetje te verwachten dat ze hier ooit zouden gaan bouwen”.

Al eerder is geschreven dat de veranderingen in het stationsgebied niet in de behoeften van de bewoners voorzien. Het merendeel van de respondenten is dan ook van mening dat de gemeente de veranderingen niet heeft ingezet om tegemoet te komen aan wensen van de inwoners van Alphen aan den Rijn. Men denkt dat de gemeente het stationsgebied herontwikkelt om twee hoofdredenen:

- economische belangen/ werkgelegenheid
- prestige naar buiten toe/ Alphen op de kaart willen zetten.

“Ik denk economisch belang, met name NS vastgoed, primair, die heeft een grote vinger in de pap omdat die ook grondeigenaar is. En verder zie ik het als een paradepaardje waarmee de gemeente de stad wil profileren. Dat is toch ook wel waar steeds over gesproken wordt en ik heb nog nooit gehoord wat het belang van de inwoners daarvan is”.

“Ik denk dat ze denken dat ze economisch op vooruitgaan. De gemeente denk dat er nu meer kantoren en meer bedrijven zich gaan vestigen in Alphen en dat is natuurlijk beter voor de economie en werkgelegenheid”.

“Ja absoluut prestige naar buiten toe. Zo van kijk eens wat wij hier doen en hoe leuk en goed we zijn”.

In paragraaf 4.3.1 is gebleken dat de gemeente veruit de meeste aandacht besteedt aan het fysiek- ruimtelijk aspect van identiteit. Fysiek- ruimtelijk veranderingen zijn visuele veranderingen, het straatbeeld verandert werkelijk. De gemeente heeft zodoende veel aandacht voor het uiterlijk van de stad en voor de architectuur. Dit geldt eveneens voor de herontwikkeling van het stationsgebied. De bewoners begrijpen dit niet. Zij vinden het fysiek-ruimtelijke aspect het minst belangrijk voor een stedelijke identiteit en begrijpen daardoor niet waarom de gemeente juist hier zoveel geld aan besteedt. Liever zien de bewoners goedkope praktische veranderingen waar ze daadwerkelijk profijt van hebben, in plaats van dure projecten, waar ze volgens hen niet veel aan hebben:

“Ik denk dat de bewoners blijer zijn met een directe spoorverbinding met Amsterdam en Den Haag. Als je dan toch het hele station gaat verbouwen doe dat soort praktische dingen dan ook gelijk. Maar de gemeente heeft meer oog voor het uiterlijk van het stationsgebied, of het allemaal wel modern is enzo maar ik denk niet dat inwoners dat heel belangrijk vinden”.

“Wat ik ook raar vind is dat nu wel het hele station verandert maar dat de verbindingen niet beter worden. Ik denk dan van ja investeer daar eens geld in, dat is praktisch, daar hebben mensen wat aan”.

“Ik denk, zeker in tijden van economische crisis, dat het allemaal overbodige luxe is en dat ze geld aan belangrijker zaken moeten besteden, bijvoorbeeld in een volwaardig ziekenhuis voor Alphen”.

In de bestaande literatuur over stedelijke identiteit komt het verschil in zienswijze tussen bewoners en gemeente met betrekking op het uiterlijk van de stad weinig voor. Wel kan er aan de hand van dit onderzoek een verklaring voor gegeven worden. Een verklaring is dat de gemeente op grotere schaal en vanuit een ander perspectief naar Alphen kijkt dan de bewoners. De gemeente kijkt naar de gehele ontwikkeling van Alphen en is veel meer toekomst gericht dan de bewoners die primair naar hun eigen woning in het hier en nu kijken. De bewoners zien vaak het belang niet in van fysiek- ruimtelijke ontwikkelingen, van moderne architectuur en kantoorruimtes. Dat deze ontwikkelingen op lange termijn kunnen bijdragen aan een goede economische positie van Alphen beseffen zij vaak nog niet. Bewoners vinden dit soort ontwikkelingen dan ook vaak overdreven en vinden het geldverspilling. Ze kijken veel meer naar praktische goedkopere oplossingen waar ze op korte termijn profijt van hebben. Een voorbeeld hiervan is de tunnel onder het spoor. Dit is een duidelijke praktische verandering. Deze verandering wordt door alle respondenten gewaardeerd en als een verbetering gezien. De gemeente moet bewoners daarom beter voorlichten en informeren over het belang van bepaalde ontwikkelingen. Hierdoor krijgt men meer begrip voor de plannen waardoor er uiteindelijk minder conflicten en spanningen zullen optreden tussen gemeente en bewoners.

4.4.2 Historisch

Het historische identiteitsaspect wordt door Reinders (2004) omschreven als de invloed van het verleden op een plaats. De respondenten vinden het historische identiteitsaspect het op één na belangrijkste aspect van stedelijke identiteit (na het sociale aspect). Men vindt dat oude historische steden en gebouwen meer sfeer en karakter hebben dan moderne steden en gebouwen. Dit komt overeen met de literatuur van onder andere Coeterier (2002), Cools (2004 en Lewicka (2008). In een historische stad is er sfeer en identiteit, dit is niet iets wat gecreëerd hoeft te worden. De respondenten zetten dan ook vraagtekens bij de vraag of sfeer en een identiteit gecreëerd kunnen worden. Een citaat van een respondent die dit ondersteund is:

“Ja ik denk dat historisch het allerbelangrijkst is, dat conceptuele daar geloof ik niet zo in. Ik denk dat ze dat in Alphen wel proberen maar ik weet niet of je een identiteit kan creëren. Ik voel me altijd het meest thuis in oude historische steden, die hebben gewoon meer uitstraling en sfeer en ik weet niet of je dat kan creëren”

“Al bouwen ze allemaal nieuwe projecten, het zal altijd een streekcentrum blijven dat verbleekt bij Gouda en Leiden simpelweg omdat Alphen geen historie heeft”.

De respondenten verwijzen vaak naar andere steden om het verschil tussen Alphen en historische steden te tonen. Dit wij/zij denken is kenmerkend voor de opvattingen over stedelijke identiteit (Dormans e.a, 2003). De respondenten refereren onder andere aan Gouda, Leiden, Utrecht, Maastricht en de Hanzesteden. Een illustratie hiervan aan de hand van Gouda:

Volgens de gemeente is Gouda een vergelijkbare stad met Alphen en een grote concurrent van Alphen. Maar volgens respondenten heeft Gouda iets wat er in Alphen ontbreekt; namelijk een eigen identiteit. Die identiteit is gebaseerd op de historie van de stad. Je hebt Goudse pijpen, Goudse kaas, Goudse stroopwafels, Goudse kaarsen, de Goudse lichtjesavond, het prachtige oude stadhuis, de kaasmarkt en natuurlijk de sfeervolle oude binnenstad. Dit zijn stuk voor stuk elementen die bijdragen aan het onderscheidend vermogen van de stad. Gouda is hierdoor uniek en heeft een eigen identiteit.

Dit gebrek aan historie is volgens de respondenten de belangrijkste reden van het ontbreken van een duidelijke Alphense identiteit. Dit is een aspect dat niet te creëren of te benadrukken is. Dat de gemeente nu terug grijpt op het Romeinse verleden van Alphen vinden de

respondenten nogal ver gezocht. In Alphen is niets terug te zien van het Romeinse verleden. Alles moet daarom gecreëerd worden:

“Haha ja het Romeinse verleden wordt heel erg benadrukt, elke potscherf die gevonden wordt komt in de krant, maar er is niks concreets van terug te zien. En het is wel zo dat de Romeinen hier waren en dat dat niet overal in Nederland zo is geweest maar dit was een onbelangrijk Castellum aan de rand van het Romeinse Rijk. Daarnaast denk ik, er is nog zoveel meer gebeurd, in de middeleeuwen, en er waren ook buitenplaatsen in Alphen, dus ja waarom dan persé zo dat Romeinse verleden benadrukken. En uiteindelijk was het toch maar een klein boerendorpje met weinig historie”.

Daarnaast vinden de respondenten dat de gemeente niet goed omgaat met de weinige historie die Alphen nog wel heeft. Historische gebouwen worden veelal gesloopt om zo plaats te maken voor moderne nieuwbouw. Langs de Rijn staan nog redelijk wat historische panden en oude fabrieken. Dit is een van de gezelligste stukjes van Alphen met terrassen aan het water. Nu de gemeente de Lage Zijde gaat herontwikkelen worden al deze panden gesloopt. Dit stuit op veel weerstand onder de bewoners van Alphen. Het idee is nu om de gevels van de oude panden te behouden zodat het gebied toch de gezellige sfeer kan behouden.

“Als ik leuk wil ga stappen ga ik naar Gouda. Gouda heeft historie en charme. Hier is dat er weinig, en wat er is wordt platgegooid, dat is jammer”.

“Het oude Avifauna gebouw wordt ook gesloopt, nog een mooi oud gebouw dat verdwijnt. Heel veel mensen in Alphen vinden dat een mooi gebouw maar ja het is niet monumentaal dus gooi maar weer plat”.

Een ander voorbeeld dat illustreert hoe de gemeente omgaat met de weinige historische gebouwen in Alphen is het oude stationsgebouw. Het oude stationsgebouw wordt door vrijwel alle van de respondenten gezien als een gebouw met historische en/of emotionele waarde voor Alphen aan den Rijn. Toch is dit gebouw bij de herontwikkeling van het stationsgebied gesloopt. Het was officieel gezien geen monument dus hoeft het niet behouden te worden. De meerderheid van de respondenten geeft aan dat ze het jammer vinden dat het gebouw gesloopt is. Ze vragen zich af of het oude stationsgebouw geen andere functie hadden kunnen krijgen, bijvoorbeeld horeca, of dat het wellicht op een andere manier geïntegreerd had kunnen worden in de nieuwe plannen. Wel moet hier bij opgemerkt worden dat het feit dat dit gebouw gesloopt is niet geheel aan de gemeente te verwijten valt. Het stationsgebouw was bezit van NS vastgoed en waarschijnlijk kon het vanwege bouwtechnische redenen niet behouden blijven. De gemeente had er goed aangedaan om dit goed uit te leggen aan de bewoners. Nu verwijten de bewoners de gemeente dat ze alweer een historisch pand hebben gesloopt terwijl de gemeente hier in feite niet veel aan kon doen.

4.4.3 Sociaal- ruimtelijk

Het sociaal- ruimtelijk aspect van identiteit is volgens Reinders (2004): de sociaal- culturele kenmerken van een plaats. De identiteit van de stad wordt bepaald door de mensen die er in wonen. De respondenten vinden het sociaal- ruimtelijk aspect het belangrijkste aspect van stedelijke identiteit. Zij denken dat de mensen de identiteit van een stad bepalen. Volgens de respondenten hebben de inwoners van Alphen of ook wel de Alphenaren genoemd bepaalde kenmerken die typisch Alphens zijn. De Alphenaren hebben een dorpse mentaliteit en zijn nuchter. De respondenten denken dat deze (volgens hen) typische Alphense mentaliteit de sfeer in de stad bepaalt. Men geeft bijvoorbeeld aan dat mensen elkaar altijd groeten en er sociale controle is. De respondenten zijn van mening dat dit soort kenmerken van de bevolking de sfeer in de stad bepalen.

“Het blijft de identiteit van een dorp houden, ondanks alle veranderingen. Dat komt omdat het in de basis, daarmee bedoel ik de inwoners, dorps is. Als de inwoners het als een dorp zien dan is het dat, want de inwoners vormen de basis van de stad”.

Dat de gemeente bij het creëren van een Alphenese identiteit inzet op het fysiek- ruimtelijke en het conceptuele aspect heeft volgens de respondenten dus weinig effect. Een aantal citaten die dit illustreren zijn:

“Ik denk dat de gemeente uiteindelijk wel wil dat Alphen echt een stedelijke identiteit krijgt, met stedelijke voorzieningen en een stedelijke uitstraling door al die hoge gebouwen enzo. Maar ja ik weet niet of Alphen wel echt een stedelijke identiteit kan krijgen, ik weet ook niet of je een identiteit überhaupt kan creëren of dat die er gewoon is. In principe hebben de inwoners van Alphen wel echt een dorpsse mentaliteit denk ik, en dat speelt ook wel mee. Dan kan je wel allemaal hoge gebouwen neerzetten en een mooi station bouwen maar ja als de inwoners hun dorpsse mentaliteit behouden wordt Alphen toch nooit een stad”.

“Nou voor mijzelf niet, voor mij verandert Alphen er niet echt door hoor, ik denk dat we daar hier veel te nuchter voor zijn. En ik denk ook niet dat je door de omgeving te veranderen de mensen verandert. De mensen blijven gewoon dezelfde nuchtere mensen met een dorpsse mentaliteit, dat verandert niet door het bouwen van grote moderne gebouwen”.

“Dat marketing, daar doen ze heel veel aan, maar zelf denk ik dat de inwoners de identiteit van een plaats bepalen. Maar die laatste ja dat gebeurt hier wel hoor. Alphen op kaart zetten door architectonische dingen te bouwen enzo. Maar ik denk niet dat door het bouwen van hoge moderne gebouwen de mentaliteit van de inwoners verandert, ik denk dat Alphenaren gewoon nuchter en dorps blijven, dus dat de inwoners de identiteit van de stad bepalen”.

“Ik vind zelf het sociale aspect het belangrijkste, maar ik heb het idee dat de gemeente inzet op het conceptuele aspect, ik vind dat ook goed, je moet je als stad ook op de kaart zetten en dat doet onze gemeente. We hebben goede vertegenwoordigers van de stad, maar de gemeente moet het sociale aspect niet uit het oog verliezen want dat vormt de basis van de stad”.

Deze uitkomst is opvallend te noemen. In de literatuur is er niet veel aandacht voor het sociale aspect van stedelijke identiteit. In de beschrijvingen van stedelijke identiteit van bijvoorbeeld Lynch (1960), Buursink (1991) en Noordman (2004) wordt het sociale aspect van stedelijk identiteit niet eens genoemd. Misschien kan dit een verklaring vormen voor het feit dat er in het beleid ook weinig aandacht is voor het sociale aspect van stedelijke identiteit. Beleidsmakers baseren zich op wetenschappelijk onderzoeken. Wanneer er in deze onderzoeken geen of weinig aandacht is voor het sociale aspect van stedelijke identiteit dan zal dit in het beleid ook zo zijn. Wanneer de inwoners dit wel het belangrijkste aspect vinden sluit het beleid niet goed aan op de wensen en ideeën van de inwoners. Dit zou kunnen leiden tot spanningen.

Een eventuele andere verklaring zou kunnen zijn dat de typisch Alphenese mentaliteit inderdaad iets typisch Alphenes is, waardoor juist Alphenaren het sociale aspect het belangrijkste vinden. Misschien dat dit niet geldt voor andere steden. Dat er niet zoiets is als een typische Goudse of Leidse mentaliteit en dat in deze steden het sociale aspect dan ook minder belangrijk gevonden zou worden.

4.4.4 Conceptueel

Het conceptuele aspect van stedelijke identiteit is wanneer men stedelijke identiteit ziet als marketingconcept. Het is een integraal perspectief waarin zowel historische, fysiek-ruimtelijke en sociaal- ruimtelijke factoren deel van uitmaken (Reinders, 2004). De helft van

de respondenten geeft aan dat de gemeente volgens hen het meeste oog heeft voor het conceptuele aspect van identiteit. De respondenten zijn zich ervan bewust dat de gemeente bezig is met citymarketing, met het creëren van een eigen identiteit. De respondenten denken ook dat de grootschalige veranderingen in Alphen in gang zijn gezet om Alphen op de kaart te zetten en om een betere concurrentiepositie te krijgen. Ze zijn goed op de hoogte van waar de gemeente mee bezig is en waarom.

“Ja men wil op de kaart, Alphen wil mee met de vaart der volkeren, Alphen moet uitstraling krijgen, Alphen wil een stad worden”.

“Het conceptuele identiteitsbegrip is zeker van toepassing op Alphen. Alphen wil zichzelf op de kaart zetten, ze willen iets betekenen in Nederland. Al die dingen die ze doen, doen ze ook om mensen te trekken zoals bijvoorbeeld het Rijnplein, en de aanleg van het nieuwe station met allemaal kantoren”.

Desondanks vragen de respondenten zich af of het conceptuele aspect van identiteit werkelijk kan leiden tot een sterkere identiteit en een betere concurrentiepositie.

“Alphen wil grootstedelijk worden terwijl Alphen dat niet in zich heeft. Ik zie het stationsgebied echt als paradepaardje van de gemeente. Er is hier een groot minderwaardigheidsgevoel als gemeente zijnde en daarom willen ze dat Alphen grootstedelijk wordt, maar dat gaat nooit gebeuren”.

“Ik heb wel de indruk dat de gemeente een identiteit probeert te creëren, maar zo werkt dat denk ik niet. Dan moet je wel concrete punten hebben waar je die identiteit aan kan ophangen en dat heeft Alphen niet”.

Gemeenten richten zich met citymarketing op drie doelgroepen: bewoners, bezoekers en bedrijven (Ashworth & Voogd, 1994). Volgens mevrouw Schurink van de afdeling communicatie van de gemeente richt het gemeentelijk beleid zich in eerste instantie op haar eigen bewoners. Immers uit onderzoek blijkt dat slechts 38% van de inwoners trots is op Alphen (Visser e.a, 2008). Dit lage trotsgevoel bleek ook uit de interviews. Respondenten spreken vaak sarcastisch of met een cynische ondertoon over Alphen. Ook verontschuldigen respondenten zich voor het feit dat ze in Alphen wonen of geven ze er een verklaring voor.

“Ik schaam me er niet voor als mensen vragen waar ik woon, maar ik ben niet trots op Alphen ofzo of trots dat ik in Alphen woon. Maar weinig mensen reageren enthousiast als je zegt dat je in Alphen aan den Rijn woont”.

“Nou nee, ik voel me geen Alphenaar. Ik blijf hier niet mijn hele leven wonen. Ik voel me ook niet echt verbonden met Alphen. Ik voel me ook niet verbonden aan iets anders ofzo maar ook niet aan Alphen, zo bijzonder is Alphen nou ook weer niet”.

“Alphen is gewoon karakterloos en daar helpt zo’n station niet aan bij. Het is noch een klein dorpje, noch een grote stad. Het heeft geen eigen uitstraling en niks kenmerkends mooi”.

De gemeente probeert door middel van citymarketing het trotsgevoel onder de inwoners te vergroten. Citymarketing voor de gemeente Alphen is meer dan alleen het introduceren van een slogan. Het omvat precies datgene waar het conceptuele aspect van identiteit voor staat. Het is een veelomvattende integrale strategie die gericht is op fysiek- ruimtelijke veranderingen, historie, marketing, evenementen en op lange termijn ook sociale veranderingen.

Het trotsgevoel onder de inwoners neemt niet van de een op andere dag toe. Hier gaat veel tijd overheen. Alphen aan den Rijn is goed op weg. Door het nieuwe stadshart is het

winkelaanbod in Alphen flink uitgebreid. Alphen heeft nu wereldwijde bekende ketens als de McDonalds, Henniz en Maurits en Mediamarkt. Op het nieuwe Rijnplein worden evenementen georganiseerd zoals een ijsbaan in de winter en er zijn regelmatig muziek optredens. De nieuwe horeca aan het Rijnplein heeft gezorgd voor gezellig terrassen aan het water. Ook organiseert de gemeente meer activiteiten voor jongeren en andere evenementen. Voorbeelden hiervan zijn het Lakeside- festival en Alphen Culinaire. Dit zijn ook punten die terugkomen in de interviews. Respondenten noemen het feit dat er meer te doen is in Alphen op het gebied van uitgaan en winkelen en dat de gemeente meer organiseert.

“Alphen is wel bezig om meer levendigheid te creëren, er worden meer dingen georganiseerd en ik denk zeker dat ze met het Castellum theater een hele goede zet hebben gedaan, en de ijsbaan die nu op het Rijnplein ligt is ook heel leuk. Het brengt gelijk veel sfeer en levendigheid met zich mee. Er wordt wel aan gewerkt en volgens mij lukt dat ook wel”.

“Er is de laatste jaren wel veel verbeterd, er is meer te doen in Alphen. Bijvoorbeeld door de komst van het theater en meer horeca”

Toch betwijfelen de respondenten of dit het karakter van Alphen werkelijk gaat veranderen. Veel respondenten zijn van mening dat de inwoners het karakter van de stad bepalen. De komst van meer voorzieningen en evenementen verandert dit niet. Wel ervaren de respondenten dat Alphen levendiger is geworden. Er is meer te doen, er is meer horeca er zijn meer en leukere winkels. Tegenover de veranderingen van een aantal jaar geleden zoals het Rijnplein en het nieuwe stadshart stonden ook de meeste Alphenaren negatief (Gemeente Alphen, 2008). Nu ervaart men het als positief dat er meer te doen is en dat er meer levendigheid is in Alphen aan den Rijn

Zoals blijkt uit paragraaf 4.2.1 zijn de bewoners van het stationsgebied nu ook niet erg opgetogen over de grootschalige veranderingen in hun directe woonomgeving. Misschien dat deze mening van de bewoners in de loop der tijd zal veranderen wanneer de bouwplannen afgerond zijn en men er de voordelen van kan gaan ervaren:

“Het is niet zo dat Alphen alleen door het station verandert, maar als je ook kijkt naar het gemeentehuis en het nieuwe centrum dan zijn dat wel grote veranderingen. Het maakt Alphen meer een stad en moderner. Dus niet één ding op zich zorgt ervoor dat het karakter verandert, maar al die nieuwe projecten samen wel”.

Dit geeft precies weer wat de strategie van de gemeente is. De grootschalige en integrale aanpak van de gemeente zorgt ervoor dat de stad werkelijk verandert. Dit leidt tot een nieuw karakter en een nieuwe identiteit voor Alphen. Om het karakter en uiterlijk van Alphen te veranderen hanteert de gemeente een lange termijn strategie. Er gaan jaren overheen voordat het karakter en uiterlijk van een stad werkelijk verandert zijn. Dit geldt eveneens voor het trotsgevoel van de inwoners. Het blijkt nu dat men door de veranderingen van een aantal jaar geleden positiever is geworden over Alphen. Als de gemeente met dit beleid doorgaat betekent het dat ook het trotsgevoel langzaamaan zal toenemen. Dit is erg belangrijk. Als de inwoners trots zijn op Alphen dragen zij dit uit naar buiten en fungeren zij als ambassadeurs van de stad. Hierdoor zal de gemeente bereiken wat ze voor ogen heeft, namelijk het aantrekken van bewoners, bezoekers en bedrijven.

4.4.5 Subconclusie deelvraag 2

Uit de interviews blijkt dat de respondenten menen dat Alphen aan den Rijn geen duidelijke eigen identiteit heeft. Ze omschrijven Alphen aan den Rijn als een plaats die in ontwikkeling is en tussen een dorp en stad ligt. Deze tussenfase waarin Alphen aan den Rijn een dorps karakter heeft met stedelijke voorzieningen wordt door de respondenten als zeer positief ervaren. Ze willen graag dat dit in de toekomst ook zo blijft en willen niet dat Alphen zich ontwikkelt tot een echte grote stad.

De respondenten vinden het sociale aspect van stedelijke identiteit het belangrijkste maar denken dat de gemeente meer inzet op het conceptuele aspect van stedelijke identiteit. Uit de literatuur blijkt dat veel steden tegenwoordig bezig zijn met het creëren van een eigen identiteit. Dit gebeurt door het benadrukken van karakteristieke elementen en door middel van citymarketing waarbij de stad wordt gezien als een “brand” als een product dat zichzelf moet verkopen (Ashworth & Voogd, 1994; Dormans e.a, 2003). De gemeente probeert door middel van stedelijke identiteitsconstructie Alphen aan den Rijn een meer stedelijk karakter te geven. De respondenten zien weinig in de grootschalige fysiek- ruimtelijke veranderingen die in Alphen plaatsvinden, dit kan verklaard worden door het feit dat de respondenten het fysiek- ruimtelijke aspect van identiteit het minst belangrijk vinden. Zij menen dat de inwoners de identiteit van de stad bepalen en dat nieuwe gebouwen daar niets aan veranderen.

Het historische aspect van stedelijke identiteit is volgens de respondenten ook van groot belang. Dit komt overeen met de literatuur van onder andere Faria & Leon-Ledesma (2004) en Lewicka (2008) die stellen dat mensen historische gebouwen en plekken positiever waarderen dan moderne architectuur. Ook blijkt uit de onderzoeken dat historische gebouwen en plekken meer karakter hebben omdat zij deel uitmaken van herinneringen. Juist door het gebrek aan historie in Alphen zijn de respondenten van mening dat Alphen geen eigen identiteit heeft. Omdat je historie ook niet kan creëren denkt men dat de gemeente ook geen Alphense identiteit kan creëren. Dat de gemeente nu tracht om door middel van het Romeinse verleden van Alphen een eigen identiteit te creëren vinden de respondenten nogal ver gezocht.

De respondenten vinden de ontwikkeling van het nieuwe stationsgebied niet passen bij Alphen aan den Rijn. Het is te grootschalig en ambitieus. Ook hebben de respondenten twijfels bij het grote aantal kantoren. Er staan al veel kantoorpanden leeg in Alphen. De meerwaarde van nieuwe grote kantoorpanden is niet duidelijk. De ontwikkeling van het nieuwe stationsgebied heeft tot veel irritaties en spanningen geleid. Dit kan verklaard worden door het feit dat de visie van de gemeente en de inwoners weinig raakvlakken hebben. De gemeente zet voornamelijk in op het fysiek- ruimtelijke aspect van stedelijke identiteit terwijl de bewoners dit het minst belangrijke aspect vinden. Daarnaast denken de respondenten dat de gemeente andere belangen dan de wensen van de inwoners prioriteit geeft:

“Neem bijvoorbeeld het gemeentehuis, nou ik denk dat geen enkele Alphenaar dat mooi vindt of daar blij mee is of dat wilde. Dat wil de gemeente gewoon, die wil zich daardoor op de kaart zetten ofzo. Ik weet ook niet hoe dat werkt enzo, of ze dan denken dat als ze meer moderne en hoge gebouwen hebben dat ze daar iets mee bereiken”.

“Ik woonde hier altijd prima en volgens mij was het station ook prima, zoveel reizigers maken er nou ook weet niet gebruik van het station. Waarom het allemaal zo drastisch veranderd moet worden, geen idee”.

Over de communicatie en informatie van de gemeente naar de bewoners toe is men positief.

“Er wordt ruimschoots informatie volstrekt door de gemeente, dat gebeurt ook op een professionele manier. Je wordt als bewoner ook tijdig geïnformeerd wanneer er vergaderingen zijn met inspraakmogelijkheden”.

“Ik ben redelijk goed op de hoogte en de gemeente houdt je ook heel goed op de hoogte. We krijgen veel nieuwsbrieven en er zijn ook inloopavonden enzo”.

“De gemeente houdt ons heel goed op de hoogte. We krijgen regelmatig een nieuwsbrief met wat er gaat gebeuren en of we er eventueel overlast van krijgen. De communicatie van de gemeente is wat dat betreft erg goed”

Desondanks blijkt uit de interviews dat de respondenten zich niet serieus genomen voelen door de gemeente. De gemeente geeft de bewoners door middel van inspraakavonden en dergelijke het idee dat ze invloed hebben op de plannen. Vervolgens zien de bewoners hun opmerkingen en bezwaren niet verwerkt in de uiteindelijke plannen. Een meerderheid van de respondenten is hierdoor teleurgesteld in de gemeente. Een aantal voorbeelden hiervan :

“Er wordt totaal niet naar je geluisterd en je voelt je gewoon niet serieus genomen. Ik denk dat veel mensen wel begrijpen dat Alphen zich moet ontwikkelen maar er zijn zoveel manieren om je te ontwikkelen en dan denk ik van ja vraag eens een keer aan de bewoners wat die willen. Ja wat dat betreft is de houding van de gemeente niet erg elegant”.

“Ik heb ook niet het idee dat de gemeente veel rekening houdt met de inwoners hoor. Net zoals bij het stationsgebied, zogenaamd gaat het allemaal heel democratisch met inspraakavonden en klankbordgroepen, maar uiteindelijk gebeurt er gewoon wat de gemeente wil”.

“Er wordt hier in Alphen totaal niet naar de burgers geluisterd. De gemeente houdt wel inspraakavonden enzo maar ja dat is gewoon voor de show. De plannen staan al lang vast. Er zitten dan wat wethouders, die laten je verhaal doen en ze knikken wat maar ze luisteren niet echt en ze doen er al helemaal niks aan. Ze doen gewoon wat ze zelf willen en waar ze het meeste geld voor krijgen”.

Dit spanningsveld tussen gemeente en inwoners komt onder andere terug in de literatuur van Lefebvre (1974) en Healy (2007). Tevens wordt er in andere literatuur van bijvoorbeeld (Ananiadou- Tzimopoulou & Fatourus (1990) en Van Bruchem & Herbrink (2002) en Lewicka (2008) oplossingen aangedragen om deze spanningen te voorkomen. Belangrijk hierbij is om de bewoners vanaf het eerste stadium serieus bij de plannen te betrekken en om rekening te houden met de bestaande identiteit van het gebied. Dit is eveneens de mening van een aantal respondenten.

“Ik denk dat er geen goed gebruik is gemaakt van ideeën uit de buurt en van de situatie zoals die zou kunnen zijn”.

“Er is geen vooronderzoek gedaan in de buurt voor de allereerste planschetsen, zo van we gaan eerst eens kijken wat de bewoners aantrekkelijk vinden. Het had meer in overleg met de burgers gemoeten, dat leidt ook tot betere projecten”.

Bij toekomstige projecten is het verstandig als de gemeente van te voren aangeeft aan de betrokkenen in welke mate zij invloed kunnen uitoefenen op de plannen zodat de gemeente geen valse hoop creëert die leidt tot teleurstelling in de gemeente.

De herontwikkeling van binnenstedelijke projecten en met name stationsgebieden is zeer complex (Bertolini & Spit, 1998). Dit komt hoofdzakelijk door de vele partijen die erbij betrokken zijn. Hoe meer partijen er zijn hoe moeilijker het is om tegemoet te komen aan alle belangen en wensen. Hierdoor is het zo dat er vrijwel altijd partijen zijn die verliezen. Dit zijn vaak de partijen met het minste geld zoals bewoners (Bertolini & Spit, 1998). Wanneer gemeenten de aanbevelingen van onder andere Ananiadou- Tzimopoulou & Fatourus (1990), Van Bruchem & Herbrink (2002) en Lewicka (2008) opvolgen betekent het dat er bij de toch al grote groep actoren van gemeente, projectontwikkelaars, NS et cetera nog een partij bijkomt, namelijk de bewoners. Dit maakt de herontwikkeling nog complexer. Als uit wetenschappelijk onderzoek (o.a. Bertolini, 1996; Bertolini & Spit, 1998) blijkt dat bij dit soort grootschalige binnenstedelijke projecten de bewoners vrijwel altijd de verliezende partij zijn, kan de gemeente ook besluiten om de bewoners niet bij de plannen te betrekken, hierdoor kan veel teleurstelling en frustratie voorkomen worden.

5. Conclusie

In de conclusie wordt er antwoord gegeven op de onderzoeksvraag:

In hoeverre hebben de gemeente en de inwoners van Alphen aan den Rijn dezelfde visie over haar identiteit en in welke mate speelt het nieuwe stationsgebied daarbij een rol?

Op basis van de beantwoording van de twee deelvragen kan vastgesteld worden dat de gemeente en de inwoners beiden van mening zijn dat Alphen aan den Rijn geen duidelijke eigen identiteit bezit. Omdat die eigen identiteit ontbreekt, wil de gemeente deze creëren. Het doel van de gemeente is het aantrekken van bedrijven en inwoners; het middel is: het creëren van de eigen identiteit.

Uit de inhoudsanalyse blijkt dat de gemeente hierbij hoofdzakelijk inzet op het fysiek-ruimtelijke aspect van identiteit. Dit houdt in dat de focus ligt op fysieke, materiële en visuele veranderingen van de omgeving die bij moeten dragen aan een stedelijk straatbeeld. Door het uiterlijk van de stad te veranderen verwacht men dat de identiteit mee verandert. Uit de literatuur (Noordman, 2004) blijkt dat het fysiek- ruimtelijke aspect relatief snel en eenvoudig gerealiseerd kan worden. De gemeente hecht daarnaast meer waarde aan het conceptuele aspect van identiteit dan aan het historische en sociaal- ruimtelijke aspect maar het is bij lange na niet zo belangrijk als het fysiek- ruimtelijke aspect. Dat de gemeente belang hecht aan het conceptuele aspect blijkt uit het feit dat ze bezig is met het opstellen van een stadsmarketingvisie.

De gemeente heeft weinig aandacht voor het historische en het sociaal- ruimtelijke aspect van identiteit. Een verklaring hiervoor is dat Alphen geen historische binnenstad heeft. Dit kan dan ook niet benadrukt worden en vanzelfsprekend kan iets dergelijks evenmin gecreëerd worden. Alphen heeft echter wel een Romeinse geschiedenis en de gemeente probeert daarin een aanknopingspunt te vinden om een historisch kenmerk toe te voegen aan de identiteit van de stad. Het sociale aspect gaat uit van de vormgeving van identiteit door de invloed van de samenstelling van de bevolking op de stad. Om de identiteit te veranderen moet derhalve die samenstelling beïnvloed worden. Alphen kiest ervoor eerst de fysieke omgeving te moderniseren om zo op langere termijn jongeren en hoger opgeleiden aan te trekken waardoor ook het sociale aspect een kans krijgt.

Gebleken is dat de bewoners van Alphen geen echte identiteit toekennen aan de stad. Ze beschrijven Alphen echter wel als een stad in ontwikkeling, of een stad met dorps karakter. Het heeft stadse voorzieningen maar niet de negatieve bijverschijnselen van een grote stad. Het dorpse wordt gekenmerkt door de groene omgeving en de sociale controle die er is. De bewoners waarderen deze combinatie en willen over het algemeen ook dat dit behouden blijft. Ze zijn het derhalve niet eens met de gemeentelijke plannen om Alphen te transformeren tot een grote stad.

Bewoners benadrukken het belang van het sociale en historische aspect van identiteit. Volgens hen zijn het de mensen die de sfeer in de stad bepalen. De bouw van grote architectonische bouwwerken leidt volgens de respondenten zodoende niet tot een andere sfeer in de stad. Het historische aspect wordt veel genoemd als bewoners Alphen vergelijken met steden met een rijke historische uitstraling. De poging van de gemeente om aan te haken bij het Romeinse verleden vinden de meesten te ver gezocht. Anders dan de gemeente willen de bewoners niet dat Alphen zich ontwikkelt tot een grote stad. De bewoners zien dat de gemeente veel energie steekt in het creëren van een stedelijke identiteit, maar zij denken dat het weinig effect sorteert. De fysiek ruimtelijke veranderingen hebben volgens de bewoners weinig invloed op de identiteit van Alphen omdat zij van mening zijn dat de identiteit gevormd wordt door de inwoners zelf.

Opmerkelijk is dat de gemeente en de bewoners contrair denken over het belang van de verschillende aspecten op de identiteit. De gemeente richt haar beleid op het fysiek-ruimtelijke en het conceptuele aspect van identiteit terwijl de bewoners het meeste belang hechten aan het sociaal- ruimtelijk en het historische aspect van identiteit. Dit impliceert dat plannen die betrekking hebben op fysiek ruimtelijke veranderingen overwegend negatief ontvangen zullen worden. De bewoners zien immers het belang van die veranderingen niet in. Dit leidt tot spanningen tussen de gemeente en de bewoners. Om deze spanningen in de toekomst te voorkomen doet de gemeente er goed aan om de bewoners goed te informeren over het belang van bepaalde beleidsstrategieën. Voorts moeten de bewoners geïnformeerd blijven worden over de uitwerking van de concrete plannen. Daarbij moet de gemeente duidelijk zijn over de mate van invloed van de bewoners op het project. In Alphen zijn de spanningen ontstaan toen de bewoners ervan uit gingen dat de door hen aangedragen ideeën daadwerkelijk verwerkt zouden worden in de uitvoering van de plannen. Omdat dit niet gebeurde hadden de bewoners het gevoel dat de inspraakavonden slechts voor de show gehouden werden. Er werd door de gemeente niets gedaan met de input en dit leidde tot weerstand en frustratie bij de bewoners.

De ontwikkeling van een nieuw modern stationsgebied is één van de belangrijkste fysiek-ruimtelijke projecten van de gemeente om Alphen een meer stadse identiteit te geven. Het is een ambitieus plan dat een groot gedeelte van de stad beslaat. Moderne en opvallende gebouwen voeren de boventoon. De fietsappel en twee torens van vijftien verdiepingen hoog vervullen de rol van 'landmark'. Het nieuwe station moet de entree gaan vormen van het stadse Alphen. Door het multifunctionele karakter van het gebied moet er dag en nacht levendigheid zijn. Dit moet de grootstedelijke sfeer in Alphen bevorderen. De vele kantoren moeten zorgen voor hoogwaardige werkgelegenheid. In combinatie met appartementen en voorzieningen moet dit leiden tot een stedelijke vorm van wonen, werken en recreëren. Achterliggend doel van deze ontwikkeling is dat de Alphenaren meer binding krijgen met de stad. Men gaat hier naast wonen ook werken en recreëren. Uiteindelijk moet hierdoor het trotsgevoel toenemen. Wanneer de Alphenaren trots zijn op hun stad, dragen zij dit ook uit naar de buitenwereld. De gemeente hoopt dat de fysiek- ruimtelijke veranderingen in het stationsgebied bijdragen aan een eigen stedelijke identiteit voor Alphen. Op den duur hoopt de gemeente dat deze duidelijke Alphense identiteit bewoners, bedrijven en bezoekers aantrekt.

Uit de literatuur (Bertolini & Spit, 1998) blijkt dat vele herontwikkelingen van stationsgebieden uiteindelijk resulteren in kantoorparken. Dit heeft alles te maken met de hoge onroerend goed belasting die andere bestemmingen in feite uitsluit. Het is dus de vraag of het Alphense stationsgebied werkelijk een multifunctioneel karakter zal krijgen. Daarnaast gooit de economische crisis op dit moment roet in het eten voor wat betreft de verhuur van de kantoorpanden. In de eerste opgeleverde torens is veel leegstand. En zelfs als de economie zich herstelt moeten de kantoorparken in Alphen concurreren met kantoorparken in omliggende gemeenten. De gemeente zal invulling moeten geven aan het conceptuele aspect van identiteit door de nieuwe stationsomgeving op een goede manier te promoten. Dit wordt nu nog niet gedaan, maar is wel noodzakelijk om de aandacht te trekken van toekomstige huurders en kopers.

Aan het historische aspect heeft de gemeente bij de ontwikkeling van het stationsgebied weinig uitvoering kunnen geven. Het oude stationsgebouw is gesloopt en dat wordt door velen betreurd. Het had bijvoorbeeld dienst kunnen doen als restaurant of andere horecagelegenheid waardoor direct een deel van het multifunctionele karakter had kunnen worden ingevuld. De gemeente heeft de mogelijkheid onderzocht of het gebouw als monument behouden kon blijven, maar dit bleek niet het geval.

De bewoners staan overwegend onverschillig of negatief tegenover de herontwikkeling van het stationsgebied. Ze vinden het project te ambitieus en te grootschalig voor Alphen aan den Rijn. Het past niet bij de stad. Met name de vele hoge kantoren worden als negatief gezien. Ten eerste omdat het visueel niet aantrekkelijk wordt gevonden en ten tweede omdat er veel kantooruimte leeg staat in Alphen. De ontwikkeling van de fiets- en voetgangerstunnel wordt wel positief gevonden, maar dit is eerder een functionele verandering en geen visuele verandering. Ook vragen de respondenten zich af waarom de herontwikkeling zo grootschalig wordt aangepakt en waarom er zoveel geld aan wordt besteed. Tenslotte is Alphen in hun ogen een kleine plaats waar het station enkel wordt gebruikt door studenten en enkele forenzen. Het is geen drukke overstapplaats, de respondenten zien derhalve het nut in van de vele winkels en voorzieningen die er ontwikkelt worden. Verder hadden de bewoners liever gezien dat de gemeente geld had geïnvesteerd in praktische veranderingen zoals een directe spoorverbinding met Amsterdam of Den Haag in plaats van aan moderne architectuur. Een andere reden voor de overwegende negatieve reacties van de bewoners is het feit dat zij jarenlang in een bouwput wonen en hier veel overlast van ervaren. Wel geven de bewoners aan goed op de hoogte gehouden te worden door de gemeente over ontwikkelingen en werkzaamheden die mogelijk overlast kunnen geven.

De visie van de gemeente en de visie van de inwoners over het stationsgebied verschilt. Zij kennen het stationsgebied een verschillende rol toe. Voor de gemeente moet het nieuwe stationsgebied echt het visitekaartje worden van het stadse Alphen terwijl de bewoners het station goed vonden zoals het was en de nieuwe ontwikkelingen overdreven vinden. Deze verschillende visies leiden tot onbegrip en spanningen. Dit is geen specifiek Alphens probleem. Uit eerdere onderzoeken is gebleken dat bij grootschalige projecten waar veel actoren betrokken bij zijn, er altijd partijen zijn die moeten inbinden en hierdoor ontevreden zullen zijn met het definitieve plan (Ananiadou-Tzimopoulou & Fatouros, 1990; Havik, 2001; Lewicka, 2008). De spanningen en fricties die hierdoor ontstaan kunnen verklaard worden door middel van "the production of space" theorie van Lefebvre. Hij stelt dat één ruimte door verschillende partijen met verschillende belangen verschillend ervaren kan worden. Planners en ontwikkelaars hebben andere ideeën en gevoelens over de ruimte dan bewoners of gebruikers. Wanneer de verschillende ideeën en ruimten niet met elkaar in overeenstemming zijn ontstaan er spanningen, zoals ook in dit geval van het stationsgebied.

In de literatuur worden aanbevelingen gedaan waardoor spanningen tussen de gemeente en de bewoners bij herontwikkelingen in binnenstedelijk gebied verminderd kunnen worden. Belangrijk is dat de gebruikers en bewoners vanaf het begin betrokken worden bij de plannen en dat er een intensieve samenwerking is tussen de verschillende partijen (Ananiadou-Tzimopoulou & Fatouros, 1990; Healy, 2007). De gemeente moet de centrale actor zijn op het gebied van informatie en communicatie tussen de verschillende partijen. Daarbij moet er aandacht zijn voor de bestaande stedelijke context (Lewicka, 2008). Een sterke lokale basis en een hoog niveau van publieke betrokkenheid is noodzakelijk voor het succesvol herontwikkelen van stationsgebieden (Bertolini & Spit, 1996). Uit dit onderzoek is gebleken dat de gemeente Alphen een goede communicatie heeft met de bewoners. De bewoners waren goed op de hoogte van de plannen en ontwikkelingen. Er waren inspraakavonden, informatieavonden, nieuwsbrieven et cetera. Toch heeft dit niet geleid tot acceptatie van de plannen. Ondanks al deze initiatieven zijn er nog altijd ontevreden bewoners. Dit kan verklaard worden door het feit dat mensen het vrijwel nooit positief vinden als er in hun directe omgeving gebouwd gaat worden. Mensen zijn geneigd om terug te deinzen voor verandering en zien op tegen de bouwput waarin ze komen te wonen. Ook al worden bewoners betrokken bij en geïnformeerd over de plannen, veelal zullen de veranderingen toch als negatief ervaren worden.

Daarnaast creëert het bevragen van bewoners omtrent hun mening verwachtingen omtrent hun invloed op de plannen. In de praktijk valt de invloed van bewoners op plannen vaak tegen. Het plan staat grotendeels al vast en de bewoners kunnen hoogstens de kantjes wat bijschaven. Het resultaat hiervan is dat de bewoners teleurgesteld zijn en denken dat de gemeente hen niet serieus neemt. Om dit te voorkomen moet de gemeente geen valse hoop geven maar duidelijk uitleggen waarom het project belangrijk is en waar de bewoners precies nog invloed op uit kunnen oefenen.

Naar aanleiding van bovenstaande kan er een andere aanbeveling worden gedaan om spanningen te voorkomen. Bij eerdere onderzoeken gaat er veel aandacht uit naar de mening van de bewoners. Na dit onderzoek kan er gesteld worden dat het belang van de mening van de betreffende bewoners niet overschat dient te worden. De meesten hebben slechts oog voor hun persoonlijke situatie die als gevolg van de ontwikkeling beïnvloed wordt. Bewoners zijn geneigd te vrezen voor verandering. De ontwikkeling van het nieuwe gebied zou een negatieve invloed kunnen hebben op hun woongenot en eventueel op de waarde van hun onroerend goed. Wanneer er veel belang wordt gehecht aan de mening van bewoners kan dit ontwikkelingen die de gemeente belangrijk vindt in de weg staan.

Daarnaast moet een gemeente beseffen dat ze zich niet op alle doelgroepen kan richten. Als gemeente moet je duidelijke keuzes maken op welke doelgroep je wil richten, wat je sterke punten zijn en hoe je die gaat benadrukken. Gemeenten moeten zich tevens realiseren dat je helaas nooit iedereen tevreden kan houden. Alphen richt zich duidelijk op jongeren en hoger opgeleiden. Om deze groepen te trekken is het belangrijk dat er woningen zijn voor starters, dat er horecagegelegenheden zijn en dat er genoeg werkgelegenheid is op HBOWO niveau. Het stationsgebied moet hier een belangrijke rol in gaan spelen. De vele kantoren voor hoogwaardige werkgelegenheid, de appartementen en de multifunctionaliteit moeten deze groepen aantrekken. De gemeente Alphen heeft een duidelijk doel voor ogen en doet hier ook alles om dit te bereiken. Dit beperkt zich niet tot het organiseren van evenementen en het ontwerpen van slogans en logo's. De gemeente pakt het grootschalig aan en verandert het uiterlijk van de stad drastisch. De gemeente meent dat hierdoor ook de identiteit van de stad verandert. Als Alphen zich heeft ontwikkeld tot een echte stad met veel voorzieningen en hoogwaardige werkgelegenheid komen er ook meer jongeren en hoger opgeleiden in de stad. Dit is een lange termijn proces, hierbij is het uitgangspunt van de gemeente dat een fysieke verandering uiteindelijk leidt tot een sociale verandering.

Uit dit onderzoek kan er geconcludeerd worden dat de visie van de gemeente en de visie van de bewoners wat betreft de huidige identiteit van Alphen aan den Rijn overeenkomstig is, maar wat betreft de ontwikkeling en toekomstige identiteit van Alphen aan den Rijn sterk uiteenloopt. Een verklaring voor de uiteenlopende visies lijkt een verschil in achterliggende belangen te zijn. Uit de interviews blijkt dat inwoners primair kijken naar het eigen woongenot en de eigen leefomgeving, terwijl de gemeente een bredere – economische - ontwikkeling van Alphen aan den Rijn nastreeft. De visie van de gemeente is een lange termijn visie, terwijl de visie van de bewoners zich blijkt te beperken tot overwegend het hier en nu. Weinig respondenten verheugen zich op het stationsgebied wanneer het klaar zal zijn. Voorts wil de gemeente een stedelijke en duidelijke identiteit creëren om Alphen aan den Rijn te profileren. Voor de respondenten is dit geen factor, voor hen gaat het er primair om of ze een prettige woonomgeving hebben en of de economische waarde van hun eigen woning niet negatief beïnvloed wordt.

Kort samengevat:

- De gemeente en de bewoners kunnen Alphen aan den Rijn geen eigen identiteit toekennen.
- De gemeente wil wel een Alphense identiteit te creëren om zo bedrijven en inwoners te trekken.

- De gemeente wil dat Alphen een stedelijke identiteit krijgt, de bewoners willen dit niet.
- De gemeente zet bij het creëren van een stedelijke identiteit in op het fysieke-ruimtelijke aspect van identiteit. Ze besteedt de minste aandacht aan het sociaal-ruimtelijke aspect.
- De bewoners vinden het sociaal- ruimtelijk aspect van stedelijke identiteit het belangrijkste. Ze vinden het fysiek- ruimtelijke aspect het minst belangrijk.
- De herontwikkeling van het stationsgebied is één van de belangrijkste fysiek-ruimtelijke projecten van de gemeente om Alphen een stedelijke identiteit te geven.
- De bewoners vinden de ontwikkelingen in het stationsgebied te ambitieus voor Alphen en niet passend bij Alphen.
- De uiteenlopende visies van gemeente en bewoners leiden tot spanningen.
- Om deze spanningen in de toekomst te voorkomen doet de gemeente er verstandig aan om de bewoners duidelijk het belang van het project uit te leggen. Tevens moet de gemeente helder aangeven in welke mate bewoners inspraak kunnen uitoefenen zodat dit geen valse hoop geeft die vervolgens tot teleurstelling leidt.

5.1 Aanbevelingen voor verder onderzoek.

Dit onderzoek geeft antwoord op een aantal vragen maar roept ook weer een aantal vragen op. Verder onderzoek zou meer duidelijkheid kunnen geven over het belang van stedelijke identiteit en een completer beeld geven over de identiteit en ontwikkeling van Alphen aan den Rijn. Er zou onderzoek gedaan kunnen worden naar:

- *Het sociaal- ruimtelijke aspect van stedelijke identiteit.* In de wetenschappelijke literatuur wordt weinig aandacht besteed aan het sociale aspect. Er is weinig over bekend en weinig over geschreven waardoor beleidsmakers er ook weinig aandacht aan besteden. Bewoners geven aan juist het sociaal- ruimtelijk aspect het belangrijkste aspect van stedelijke identiteit te vinden. Verder onderzoek kan inzicht geven in vragen als: Hoe komt dat? Hoe ervaren ze dat? Hoe kunnen beleidsmakers daar op inspelen en er rekening mee houden.
- *De invloed van een duidelijke eigen identiteit op de concurrentiepositie.* In hoeverre draagt een duidelijk eigen identiteit nou werkelijk bij aan de concurrentiepositie? Draagt dit werkelijk bij aan het aantrekken van bewoners, bezoekers en bedrijven? Daarnaast is het interessant om dit ook specifiek voor Alphen aan den Rijn te onderzoeken. Hebben de grootschalige veranderingen die nu plaatsvinden over tien jaar bijgedragen aan een duidelijke Alphense identiteit en aan een betere concurrentiepositie?
- *Identiteit en imago.* In hoeverre komen identiteit en imago overeen? Denk hierbij bijvoorbeeld aan Gouda. Gouda heeft onder de respondenten een zeer positief imago, met name door haar historische karakter. Ervaren de Gouwenaren dit ook zo, of hebben zij een heel ander beeld van de identiteit van hun stad?
- *Ondernemers.* Hoe zien zij de identiteit van Alphen aan den Rijn en hoe ervaren zij de ontwikkeling van Alphen aan den Rijn? Liggen zij meer op één lijn met de gemeente als de inwoners? Ervaren zij het als positief dat Alphen aan den Rijn zich ontwikkelt tot een echte stad? Denken ondernemers dat een nieuw stationsgebied kan bijdragen tot meer werkgelegenheid en een betere concurrentiepositie?
- *Lange termijn ontwikkeling.* Dit onderzoek is een momentopname van een proces dat nog volop in ontwikkeling is en waarvan het eindresultaat nog niet duidelijk is. De omwonenden wonen nu midden in een bouwput en ervaren hier overlast van. Dit kan hun gevoel en mening over het stationsgebied beïnvloeden. Het zou interessant zijn om te kijken hoe de respondenten er over tien jaar, als alles af is, tegen aan kijken.
- *Nieuwkomers versus mensen die langer in Alphen wonen.* Het is interessant om te onderzoeken of Alphenaren die hier al woonden - voordat de grootschalige veranderingen plaatsvonden - anders tegen de ontwikkelingen aan kijken dan mensen die hier pas enkele jaren wonen.

6. Literatuurlijst

- Ananiadou-Tzimopoulou, M. & Fatouros, D.A. (1990), *The Ayia Varvara site project: a case of urban landscape design*, Landscape and Urban Planning vol. 19, p. 69-97.
- Ashworth, G.J. & H. Voogd (1990), *Selling the city. Marketing approaches in public sector urban planning*. London: Belhaven Press.
- Baarda, D.B., M.P.M. de Goede, J. Teunissen (1995), *Basisboek kwalitatief onderzoek*. Houten: Stenfert Kroese.
- Ban, D (2007), *The railway station in the social sciences*. The journal of transport history. Vol. 28 (2), pp. 289-293(5).
- Barke, M. & K. Harrop (1994), *Selling the industrial town*. In: Gold, J.R. & S.V. Ward red., *Place promotion, the use of publicity and marketing to sell towns and regions*. John Wiley & sons Chichester, pp. 93-113.
- Bekkering, P. (2008), *Spoorzone middelpunt in plaats van barrière*. Stedebouw en Architectuur. Vol. 7.
- Bertolini, L (1996), *Nodes and places: Complexities of railway station redevelopment*. A European Planning Studies, Vol. 4 (3), pp. 331-345.
- Bertolini, L (1998), *Station area redevelopment in five European countries: An international perspective on a complex planning challenge*. International Planning Studies. Vol. 3 (2), pp. 163-185.
- Bertolini, L. & T. Spit (1998), *Cities on rails; the redevelopment of railway station areas*. Londen: Routledge.
- Boeije, H (2005), *Analyseren in kwalitatief onderzoek: denken en doen*. Amsterdam: Uitgeverij Boom.
- Boer, D.J. den, H. Bouwman, V. Frissen, M. Houben (1994), *Methodologie en statistiek voor communicatie- onderzoek*. Houten: Bohn Stafleu van Loghum.
- Boonstra, J. (2007), *Ondernemen in allianties en netwerken; een multidisciplinair perspectief*. Deventer: Kluwer.
- Boterman, B. (2009), *Stedelijke identiteit: stedelijke identiteit als succesfactor bij binnenstedelijke gebiedontwikkeling*. Groningen: Faculteit der Ruimtelijke Wetenschappen.
- Broekhuizen, J. (2005), *Het imago van Enschede als keep-factor: Belangrijk of niet?* Enschede: I&O Research BV.
- Bruchem, T, van & T. Herbrink (2002), *Architectuur en de heilige graal van beheerste verandering* [online]. [Geraadpleegd op 6-10-2009]. Beschikbaar op het World Wide Web: < <http://www.lac2003.nl/papers/T.vanBruchem.pdf>>.
- Bryman, A. (2008), *Social Research Methods*. Third edition. Oxford: Oxford University Press.
- Buursink, J. (1991), *Steden in de markt, het elan van citymarketing*. Muiderberg: Coutinho.
- Coeterier, J.F. (2002), *Lay people's evaluation of historic sites*. Landscape and urban planning. Vol. 59, pp. 111-123.
- Cools, J. (2004), *Erfgoed in citymarketing* [online]. [Geraadpleegd op 28-07-2009]. Beschikbaar op het World Wide Web: < <http://www2.arts.kuleuven.be/cs/node/217>>.
- Cresswell, T. 2005, *Place: a short introduction*. Blackwell, Malden.
- Custers, J. (2004), *Kei-atelier: wijk identiteit en branding* [online]. [Geraadpleegd op 15-07-2009]. Beschikbaar op het World Wide Web:< <http://www.kei-centrum.nl/websites/kei/files/kei2003/documentatie/kei-publicaties/kei-v11-atelierwijkidentiteit-nov2004.pdf>>.
- Döll, H. & Meurs, P. (2003) *Moderne steden met een verleden*, Cahier Reeks Duurzame Stedelijke Vernieuwing, gezamenlijke uitgave van KEI en NIDO. Nummer 6, jaargang 2.

- Dormans, S, H. van Houtum en A. Lagendijk (2003), *De verbeelding van de stad, de constructie van de stedelijke identiteit van Arnhem, Groningen, Maastricht en Tilburg*. Nijmegen: NETHUR partnership.
- Dussen, J (2005), *Geschiedenis en Beschaving, kritische opstellen over verleden, heden en toekomst*. Hilversum: Uitgeverij verloren.
- English, P.W. & R.C. Mayfield (eds.). 1972. *Man, space and environment. Concepts in contemporary human geography*. New York: Oxford University Press.
- Faria, J.R. & M. Leon-Ledesma (2004), *Cultural heritage and growth*. Planejamento e Políticas Públicas. Vol.30: pp.7-19.
- Fedorcio, D., P. Heaton & K. Madden (1991), *Public relations for local government*. Harlow, Essex: Longman.
- Florida, R. (2002) *The Rise of the Creative Class, And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. The Perseus Books Group, New York
- Fortuin, K. & P. van der Graaff (2005), *De "missing link" tussen theorie en praktijk*". Agora, jaargang 21, nummer 2.
- Frijhoff, W., (1995), *De sprekende stad. Stedelijke identiteit en ruimtelijke ordening*. In: J. C. Dekker, Sporen en spiegels: beschouwingen over geschiedenis en identiteit. Tilburg, Tilburg University Press, 85-95.
- Gemeente Alphen aan den Rijn (2005), *Stadsvisie Alphen aan den Rijn*. Gemeente Alphen aan den Rijn.
- Gemeente Alphen aan den Rijn (2004), *Masterplan stationsomgeving* [online]. [Geraadpleegd op 14-03-2009]. Beschikbaar op het World Wide Web: <<http://www.alphenaandenrijn.nl/INTERNET/Projecten/Stationsomgeving/Documenten/Alphen.BP.vbl.%20vastgesteld%2023%20november%202006.pdf>>.
- Gemeente Alphen aan den Rijn (2006), *Beeldkwaliteitplan stationsomgeving Alphen aan den Rijn* [online]. [Geraadpleegd op 14-03-2009] Beschikbaar op het World Wide Web: <<http://www.alphenaandenrijn.nl/INTERNET/Projecten/Stationsomgeving/Documenten/BKPstationsomg%20Alphen%20LR%20deel%201.pdf>>.
- Gemeente Alphen aan den Rijn (2008), *Statistisch jaaroverzicht 2008*. Gemeente Alphen aan den Rijn
- Gemeente Alphen aan den Rijn (2009), *Over Alphen*, [online]. [Geraadpleegd op: 13-07-2009]. Beschikbaar op het World Wide Web: <<http://www.alphenaandenrijn.nl/Smartsite.shtml?ch=INT,%20%2FSmartsite.shtml%3Fch%3DINT,%20%2FSmartsite.shtml%3Fch%3DINT,%20%2FSmartsite.shtml%3Fch%3DINT,%20%2FSmartsite.shtml%3Fch%3DINT&id=67204>>.
- Gemeente Alphen aan den Rijn (2010), *Eurlings opent stationsonderdoorgang*, [online]. [Geraadpleegd op 17-02-2010]. Beschikbaar op het World Wide Web: <<http://www.alphenaandenrijn.nl/Smartsite.shtml?id=73937>>.
- Gemert, L. & Woudstra, E. (2000). *Het ontwerpen van communicatiebeleid*. In: Communicatiekundig ontwerpen (pp. 46-67). Assen: Van Gorcum & Comp.
- Hague, C. & Jenkins, P. (2005), *Place identity, planning and participation*. London; New York: Routledge.
- 't Hart, H., J. van Dijk, M. de Goede, W. Jansen en J. Teunissen (1996), *Onderzoeksmethoden*. Amsterdam: Boom.
- Harvey, D. (1989), *From managerialism to entrepreneurialism: the transformation of urban governance in late capitalism*. Annaler, Series B: Human Geography, 71B(1), pp. 3– 17.
- Hauge, A.L. (2007), *Identity and place, a critical comparison of three identity theories*. Architectural Science Review. Vol. 50: 1. Sydney: University of Sydney.
- Havik, K.M. (2002), *Towards a site-specific practice, Reflections on identity of place*. In: Place and Location: Studies in Environmental Aesthetics and Semiotics, Estonian Academy of Arts, Tallinn.

- Healy, P. (2007), *“Urban complexity and spatial strategies: towards a relational planning for our times”*. New York: Routledge.
- Hubbard, P. & K.Lilley (2004), *Pacemaking the modern city: the urban politics of speed and slowness*. Environment and Planning D: Society and Space 22(2) 273 – 294.
- Jacobs, J. (1961), *The death and life of great American cities*. Londen: Penguin.
- Jessop, B. and Sum, N.-L. (2000), *An entrepreneurial city in action. Hong Kong's emerging strategies in and for (inter) urban competition*. Urban Studies, 37 (12), 2287-2313.
- Jorgensen, B.S. & Stedman, R.C. (2001), *Sense of place as an attitude: Lakeshore owners attitudes toward their properties*. Journal of Environmental Psychology 21, pp. 233–248
- KEI: Kenniscentrum stedelijke vernieuwing (2009a), *Wat is identiteit?* [online]. [Geraadpleegd op: 02-05-2009]. Beschikbaar op het World Wide Web: http://www.kei-centrum.nl/view.cfm?page_id=2470.
- KEI: Kenniscentrum stedelijke vernieuwing (2009b), *Dossier openbare ruimte* [online]. [Geraadpleegd op: 03-05-2009]. Beschikbaar op het World Wide Web: <http://www.kei-centrum.nl/view.cfm?page_id=5557>.
- Klerk, L. de (2006), *Cultuur en identiteit als planologische begrippen*. Stedelijke transformatie en industrieel erfgoed. Universiteit van Amsterdam.
- Kolk, A (2005), *Bouwen aan de stad; over citymarketing in Nederland*. Twente. Universiteit Twente.
- Kraan, M & M. van der Neut (2001), *Wonen en identiteit*. Alphen aan den Rijn: Kraan en van der Neut architecten.
- Krijn- Piersma, A, (2008), *Onderscheidende wijken, een onderzoek naar het eigene van zes Groningse woonwijken*. Rijksuniversiteit Groningen.
- Kuijpers, C. & J. Rutten (2007), *Stationslocaties: kathedralen van de nieuwe tijd* [online].[Geraadpleegd op 04-07-2009]. Beschikbaar op het World Wide Web: <[http://www.opps.nl/HamCms/UserFiles/38VRuttelokaties\(1\).pdf](http://www.opps.nl/HamCms/UserFiles/38VRuttelokaties(1).pdf)>.
- Lefebvre, H. 1984 (1974), *The social production of space*. Cambridge en Oxford: Blackwell.
- Lewicka, M. (2008), *Place attachment, place identity, and place memory: Restoring the forgotten city past*. Warsaw: Faculty of Psychology.
- Lörzing, H., A. Harbers & S. Schluchter (2008), *Krachtwijken met karakter*. Planbureau voor de leefomgeving, Den Haag. Rotterdam: NAI uitgevers.
- Lynch, K. (1960), *The image of the city*. Cambridge: The M.I.T. Press.
- Lynch, K. (1981), *Good city form*. Cambridge: The M.I.T. Press.
- McLaughlin, E. (2007), *The Equality Chameleon: Reflections on Social Identity, Passing and Groupism*. Social Policy and Society, vol. 6 p. 69-79. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ministerie van VROM (1997), *Stedelijke vernieuwing*. Den Haag: Sdu uitgevers.
- Ministerie van VROM (2004), *Zoeken naar ruimtewinst, handreiking ruimtewinst in bebouwt gebied*. Den Haag: Sdu uitgevers.
- Ministerie van VROM (2006), *Ruimte voor ontwikkeling*. Den Haag: Ministerie van VROM.
- Mommaas, H. (2001), *Over de culturele dimensie van ruimte: of hoe die te begrijpen en wat daarmee te doen*. In: Levende stad. Tien essays over netwerkverstedelijking. Deel 3: lagen en dimensies: pijlers voor netwerkverstedelijking, pp. 142-199. Den Haag: Ministerie van VROM.
- Moolhijzen, S. & W. van der Heijden (2009), *Spoorzoneontwikkeling* [online]. [Geraadpleegd op 05-07-2009]. Beschikbaar op het World Wide Web: <<http://www.4motion.nl/nieuws/items/item/spoorzoneontwikkeling-volgens-4motion/>>.
- Noordman, B.J. (2004), *Cultuur in de citymarketing*. Den Haag: Reed Business.

- Norberg-Schulz, C. (1980), *Genius Loci: Towards a Phenomenology of Architecture*. Academy Editions, London.
- Oktay, D. (2002), *The quest for urban identity in the changing context of the city*. *Cities*, vol. 19 no. 4, p. 264-271
- Peek, G.J. (1998), *Wisselwerking, een model voor concern- en locatiesynergie in de omgeving van stations uitgewerkt voor NS Vastgoed*. NS Vastgoed, Utrecht.
- Pellenbarg, P.H. (1991), *Identiteit, imago en economische ontwikkeling van regio's*. Groningen: Geo Pers.
- Projectbureau Belvédère (1999), *Nota Belvédère, Beleidsnota over de relatie cultuurhistorie en ruimtelijke inrichting*. Den Haag: VNG Uitgeverij.
- Proshansky, H.M. (1978), *The City and Self-Identity*. *Environment and Behavior*. Vol. 10: 147-169. New York: The City University of New York
- Reinders, L. (2004), *Merkwaardige wijken, de rol van identiteit bij de transformatie van stadswijken: een terreinverkenning*. TU Delft.
- Reinders, L. (2005a), *Identiteit, ruimte en de emotionele logica van een post-industriële stad*. *Agora Tijdschrift voor sociaal ruimtelijke vraagstukken*, jaargang 21, nummer 2.
- Reinders, L. (2005b), *De verbeelding van een nieuwe stad: identiteitsstrategieën in de stedelijke herstructurering*, [online]. [Geraadpleegd op: 05-06-2009]. Beschikbaar op het World Wide Web: < [http://www.tudelft.nl/live/binaries/7dd1d18f-0998-4bef-a415-e0f7405bd9ea/doc/Onderzoeksvoorstel%20\(januari%202005\).doc](http://www.tudelft.nl/live/binaries/7dd1d18f-0998-4bef-a415-e0f7405bd9ea/doc/Onderzoeksvoorstel%20(januari%202005).doc)>.
- Rennen, W. (2007), *CityEvents: Place selling in a media age*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Rutten, J (2006), *Stationslocaties*. Den Haag: Ministerie van VROM.
- Schaap, P.M., Verhave, B en Verdonk, N. (2003), *Verbinding: zes nieuwe stations geven hart aan de stad*. Den Haag, Ministerie van VROM.
- Shields, R. (1999), *Lefebvre, love and struggle: Spatial dialectics*. Londen: Routledge.
- Vaessens, B (2004), *Synergie op stationslocaties* [online]. [Geraadpleegd op: 04-07-2009]. Beschikbaar op het World Wide Web: < http://www.cvs-congres.nl/cvspdfdocs/cvs05_40.pdf>.
- Visser, G.J., F. ten Doeschot en I. Reijmer (2008), *Is het gras bij de burens groener?* Enschede: I&O Research BV.
- Visser, P & van Dam, F. (2006), *de prijs van de plek: woonomgeving en woonprijs*. Planbureau voor de leefomgeving, Den Haag. Rotterdam: NAI uitgevers .
- Wever, M. (2007), *Ruimte voor verhalen: de zaan als identiteitsdrager* [online]. [Geraadpleegd op: 10-10-2009]. Beschikbaar op het World Wide Web: <http://erfgoedloket.nl/wp-content/uploads/2009/03/zaanoevers_def_spread.pdf>.
- Young, C & J. Lever (1997), *Place promotion; economic location and the consumption of city image*. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie* 4, pp. 332-341.
- Zandee, R. & D. Tiemersma (2008), *Prikkels voor efficiënt ruimtegebruik*. Utrecht: Stichting Natuur en Milieu.

7. Bijlagen

7.1 Tabellen inhoudsanalyse

Tabel A: Nota detailhandelsbeleid

Fragment	Kernlabel	Dimensies	Ladingen	Identiteitsbegrip
1.1	Voorzieningen	- Winkels	- Dagelijkse boodschappen - Niet – dagelijkse boodschappen - Grotere aankopen	Fysiek- ruimtelijk
1.2	Regionale positie	- Onderscheidenheid	- Bereikbaarheid - Veelzijdigheid	Conceptueel
1.3	Regionale positie	- Onderscheidenheid	- Bereikbaarheid - Bekendheid - Dorps karakter	Conceptueel
1.4	Stadshart	- Hoge zijde - Lage zijde	- Winkelen - Recreëren - Verblijfsklimaat - Openbare ruime	Fysiek- ruimtelijk
1.5	De Oude Rijn	- Barrière - Kans	- Bruggen - Geen samenhang - Sfeer - Gezelligheid - Levendigheid	Fysiek- ruimtelijk Historisch
1.6	Veranderings-proces	- Modern - Toekomst - Voorzieningen - Verleden	- Oude Rijn - Retail - Dorps karakter	Fysiek- ruimtelijk Historisch
1.7	Stadshart	- Stedelijk karakter - Voorzieningen	- Stadhuis - Theater - Bioscoopcomplex - Winkels - Rijnplein - Promotie	Fysiek- ruimtelijk

Tabel B: Stadspeiling 2007/2008

Fragment	Kernlabel	Dimensies	Ladingen	Identiteitsbegrip
2.1	Stadshart	- Positief - Negatief	- Winkels - Uitgaan - Vernieuwing - Volbouwen - Verloedering - Groen - Leegstand	Fysiek- ruimtelijk
2.2	Toekomst	- Vooruitgang - Achteruitgang	- Stadshart - Stations-omgeving - Volbouwen - Verstedelijking	Fysiek- ruimtelijk
2.3	Verwachtingen	- Positief - Negatief	- Stadshart - Stationsgebied - Volbouwen - Bereikbaarheid	Fysiek- ruimtelijk
2.4	Reacties	- Bewoners - Wenproces	- Enthousiasme	Sociaal
2.5	Ontwikkelingen	- Vooruitgang - Achteruitgang	- Winkels - Uitgaan - Vernieuwing - Huisvesting - Verloedering - Volbouwen - Leegstand - Criminaliteit	Fysiek- ruimtelijk
2.6	Toekomst	- Voorzieningen - Verstedelijking	- Stadshart - Stations-omgeving - IJsbaan - Uitgaan - Huisvesting	Fysiek- ruimtelijk
2.7	Negatieve toekomstverwachtingen	- Verstedelijking - Criminaliteit	- Groen - Verkeer - Allochtonen	Fysiek- ruimtelijk Sociaal

Tabel C: Stadsvisie Alphen aan den Rijn

Fragment	Kernlabel	Dimensies	Ladingen	Identiteitbegrip
3.1	Perspectief	- Complete stad - Uniek	- Ligging - Voorzieningen - Woonstad - Regiofunctie	Fysiek- ruimtelijk
3.2	Dorps karakter	- Geen wereldstad - Woonstad	- Veiligheid	Sociaal
3.3	Prioriteiten	- Prettige en veilige woonomgeving - Substantiële groei	- Het bieden van toekomst-perspectief - Werkgelegenheid - Huisvesting - Zorg	Sociaal
3.4	Groen	- Groene hart	- Groene stad - Werkstad	Fysiek- ruimtelijk
3.5	Woonstad	- Ligging	- Complete stad - Veelkleurige stad - Dorps karakter	Sociaal
3.6	Missies	- Bekendheid - Poorten van stad - Dorps karakter - Cultureel erfgoed - Groen	- Station - Stadshart - Buitengebied - Regio	Conceptueel

Tabel D: Masterplan stationsomgeving Alphen aan den Rijn

Fragment	Kernlabel	Dimensies	Ladingen	Identiteitsbegrip
4.1	Stationsomgeving	<ul style="list-style-type: none"> - Ligging - Aanleiding 	<ul style="list-style-type: none"> - Barrière - Stedelijke ontwikkeling - Kantoorlocaties 	Fysiek- ruimtelijk
4.2	Belang	<ul style="list-style-type: none"> - Functionaliteit - Potenties 	<ul style="list-style-type: none"> - Werkgelegenheid - Openbaar vervoersknooppunt - Toegangspoort 	Fysiek- ruimtelijk
4.3	Vervoersknoop	<ul style="list-style-type: none"> - Tunnel - Integrale ontwikkeling - Herontwikkeling 	<ul style="list-style-type: none"> - Trein - Bus - Taxi - Fietser - Voetganger - Automobilist - Lightrail 	Fysiek- ruimtelijk
4.4	Stationsgebouw	<ul style="list-style-type: none"> - Vervoersknoop - Overleg 	<ul style="list-style-type: none"> - Klankbordgroep - Belangen-groeperingen - Omwonenden 	Fysiek- ruimtelijk Sociaal
4.5	Ontwikkelingsvisie	<ul style="list-style-type: none"> - Ruimtelijk - Economisch 	<ul style="list-style-type: none"> - Flexibiliteit 	Fysiek- ruimtelijk
4.6	Doelen	<ul style="list-style-type: none"> - Hoogwaardig woon-, werk- en verblijfsgebied - Hoogwaardig knooppunt - openbaar vervoer - Goede entree van de stad - Kwalitatief goede openbare ruimte 	<ul style="list-style-type: none"> - Realiseerbaarheid - Financiële haalbaarheid - Beheer 	Fysiek- ruimtelijk
4.7	Dubbelcentrum	<ul style="list-style-type: none"> - Stadshart - Stationskwartier 	<ul style="list-style-type: none"> - Bestuur - Commercie - Cultuur - Werken - Dienstverlening - Mobiliteit - Wonen 	Fysiek- ruimtelijk
4.8	Huidige stationsomgeving	<ul style="list-style-type: none"> - Stationsgebouw - Ontbreken landmark - Ontbreken stationsplein 	<ul style="list-style-type: none"> - Karakteristiek gebouw - Emotionele waarde 	Fysiek- ruimtelijk Historisch

4.9	Stationskwartier	<ul style="list-style-type: none"> - Utilitair karakter - Geen eenduidig patroon - Ruimte - Bebouwing - Openbare ruimte 	<ul style="list-style-type: none"> - Hoogte - Typologie - Hotel - Kantoren - Stationsgebouw - Parkeerplaatsen 	Fysiek- ruimtelijk
4.10	Molenvlietkwartier	<ul style="list-style-type: none"> - Utilitair karakter - Hoge ruimtelijke kwaliteit 	<ul style="list-style-type: none"> - Brandweer-kazerne - Woningen - Basisschool - Parkeerplaats - Kantoren - Groen 	Fysiek- ruimtelijk
4.11	Kluwer	<ul style="list-style-type: none"> - Duidelijke representatiemogelijkheden 	<ul style="list-style-type: none"> - Ligging - Nieuwbouw 	Fysiek- ruimtelijk
4.12	Singelkwartier	<ul style="list-style-type: none"> - Niemandslaan 	<ul style="list-style-type: none"> - Uitstekende bereikbaarheid - Goede representatiemogelijkheden - Laankarakter 	Fysiek- ruimtelijk
4.13	Zichtlocatie	<ul style="list-style-type: none"> - Ecologische hoofdstructuur - Locatie 	<ul style="list-style-type: none"> - Detailhandel 	Fysiek- ruimtelijk
4.14	Stedelijk karakter	<ul style="list-style-type: none"> - Hoogwaardige pool van werkgelegenheid, voorzieningen en stedelijk wonen - Attractiepunt 	<ul style="list-style-type: none"> - Ligging - Stedelijke mix van functies - Kantoor-ondersteunende voorzieningen - Reizigers-georiënteerde voorzieningen - Multimodaal knooppunt 	Fysiek- ruimtelijk
4.15	Stadsentree	<ul style="list-style-type: none"> - Stationstoren - Brug tussen Kerk en Zanen en centrum 	<ul style="list-style-type: none"> - Stedelijke voorzieningen - Stedelijke ruimte - Levendigheid - Groen karakter 	Fysiek- ruimtelijk
4.16	Identiteit	<ul style="list-style-type: none"> - Groeistad - Inhaalslag 	<ul style="list-style-type: none"> - Economische potentie - Centrale ligging - Aantrekkelijke woonstad - Toename stedelijk karakter 	Conceptueel

4.17	Generiek- specifiek	<ul style="list-style-type: none"> - Eigen herkenbare karakteristiek - Alphense identiteit 	<ul style="list-style-type: none"> - Geomorfologie - Openbare ruime - Stedenbouwkundige uitgangspositie 	Fysiek- ruimtelijk Conceptueel
4.18	Samenhang	<ul style="list-style-type: none"> - Stationsgebied - Stadshart 	<ul style="list-style-type: none"> - Dynamisch hoogwaardig gebied - Complementair - Openbare ruime 	Fysiek- ruimtelijk
4.19	Levendigheid	<ul style="list-style-type: none"> - Openbare ruimte 	<ul style="list-style-type: none"> - Herkenbaarheid - Eigen karakteristiek 	Fysiek- ruimtelijk Conceptueel
4.20	Molenvlietkwartier	<ul style="list-style-type: none"> - Ontspanning - Openheid - Groene uitstraling 	<ul style="list-style-type: none"> - Informeel karakter - Afwijkende materialen 	Fysiek- ruimtelijk
4.21	Kluwercomplex	<ul style="list-style-type: none"> - Icoon voor de economie - Multifunctionele omgeving 	<ul style="list-style-type: none"> - Hoogwaardig werken - Hoogwaardig wonen - Ontspanning 	Fysiek- ruimtelijk

Tabel E: Beeldkwaliteitplan stationsomgeving Alphen aan den Rijn

Fragment	Kernlabel	Dimensies	Ladingen	Identiteitsbegrip
5.1	Masterplan	<ul style="list-style-type: none"> - Stedelijke voorzieningen - Gemengd programma 	<ul style="list-style-type: none"> - Hoge kwaliteit - Levendigheid - Schakel 	Fysiek- ruimtelijk
5.2	Masterplan	<ul style="list-style-type: none"> - Hoogwaardig - Compact - Optimalisering 	<ul style="list-style-type: none"> - Schakel - Barrière 	Fysiek- ruimtelijk
5.3	Centrumzijde/ Kerk en Zanen	<ul style="list-style-type: none"> - Stedelijke warmte - Binnenstadssfeer - Landschappelijk en natuurlijke uitstraling 	<ul style="list-style-type: none"> - Gesloten bebouwing - Groenschakeringen 	Fysiek- ruimtelijk
5.4	Gebouwen	<ul style="list-style-type: none"> - Fietsenstalling - Hotel - Parkeergarage 	<ul style="list-style-type: none"> - Authentieke uitstraling - Oogstrelend - Esthetisch - Authenticiteit - Spannend 	Fysiek- ruimtelijk
5.5	Woontoren	<ul style="list-style-type: none"> - Baken - Afzonderlijke architectuur-eenheid - Toegang 	<ul style="list-style-type: none"> - Esthetisch - Oogstrelend - Authenticiteit 	Fysiek- ruimtelijk
5.6	Da Vinci complex	<ul style="list-style-type: none"> - Multifunctioneel complex - Luxe segment 	<ul style="list-style-type: none"> - Alzijdige representatieve uitstraling en oriëntatie 	Fysiek- ruimtelijk
5.7	Openbare ruimte	<ul style="list-style-type: none"> - Identiteit 	<ul style="list-style-type: none"> - Stedenbouwkundige opzet - Architectuur - Groen 	Fysiek- ruimtelijk
5.8	Visitekaartje	<ul style="list-style-type: none"> - Entree - Stationsplein 	<ul style="list-style-type: none"> - Hoog ambitieniveau - Totaalbeeld - Bijzonder 	Fysiek- ruimtelijk Conceptueel
5.9	Natuurlijke uitstraling	<ul style="list-style-type: none"> - Polderkarakteristiek 	<ul style="list-style-type: none"> - Groen - Bomen - Oevers 	Fysiek- ruimtelijk

5.10	Ecologische zone	<ul style="list-style-type: none"> - Natuurwaarden - Extensieve recreatie - Natuurlijk karakter 	<ul style="list-style-type: none"> - Natte zones - Droge zones - Watergangen - Galloway runderen 	Fysiek- ruimtelijk
-------------	------------------	--	--	--------------------

7.2 Interviews

Oriënterend gesprek met Mevr. D. Schurink
Communicatie medewerker gemeente Alphen aan den Rijn

D: Doet ie het?

N: Volgens mij wel

D: Ik ben dus bezig met het opstellen van een marketingvisie, maar nog niet iedereen is er van overtuigd dat dat nodig is, alhoewel ook wel gezien wordt dat je in het kader van je concurrentiepositie ten opzichte van andere omliggende steden, dat je er wel wat mee moet. Daarom vond ik het dus juist leuk dat jij dat schreef van: 'nou wat doet de stationsomgeving en lage zijde nou voor het imago en de identiteit?' Want dat zijn precies ook issues waar ik me mee bezig houd. Dus dat is wel handig. Je krijgt natuurlijk ook een stad in ontwikkeling, we hebben een ambitieuze stad. Naast dat we grote evenementen hebben doen we op steden- en bouwkundig-niveau ook heel veel dingen, en hoe draagt dat bij tot het juiste imago? Hoe kun je ook de leuke bedrijven aantrekken, investeerders aantrekken? Hoe zorg je voor goede, hoogwaardige werkgelegenheid op lange termijn? Hoe houd je jongeren vast aan de stad, dat ze niet straks allemaal weggaan.

N: Ja..

D: Dus dat zijn allemaal dingen van nou daar moet je als gemeente over nadenken. Dat moet allemaal geregeld worden in je beleid, dat draagt in meerdere mate bij aan het product Alphen. Een van mijn belangrijkste bezigheden is het schrijven van een stadsmarketingvisie en dat dan dus ook verder brengen in de organisatie naar buiten toe.

Ik doe stedenbouwkundig gezien het stadshart en de lage zijde en alle communicatie daar omtrent de aanloopfase. En heel zachtjes aan beginnen we eindelijk met de sloop in het stadshart dus het begint eindelijk aanvang te nemen. En daarom gaat alle communicatie dus echt wat voor bedrijven, winkeliers, welk publiek krijgen we straks, hebben we te maken met de bouw, communicatie met het imago, en met het procescommunicatie. En als het imagocommunicatie aanvullend optreedt maar dan meer over alle bouwzaken.

We zitten daarin met vier partners: de gemeente Alphen, Choreo is voor het ontwikkel gedeelte, de Aarhof, dat willen ze gaan liften.

N: Wat is Choreo precies?

D: Choreo is een investeerdermaatschappij, een beursgenoteerde onderneming, onwijs groot en die hebben winkelcentra. Zij zitten echt in de winkelcentra, in groot winkelcentra. All over the World, dus echt overal in Amerika en nja noem het maar op. En hebben dus ook hier in Nederland acht winkelcentra bijvoorbeeld in Utrecht, Hoog Caterijne. Dat is in hun beheer. Zij investeren daarin, zij zorgen voor de huur, voor het verbreden, verruimen of verdiepen.

Wat ze hier in de Aarhof willen is het winkelcentrum een stukje 'upgraden' omdat het nog erg jaren '70 stijl is. Ze willen het ook verruimen, in de zin van de bereikbaarheid, de parkeerplaatsen. Er komt een heel parkeergebied. Dit gaat weg dus er moet een andere vorm gezocht worden om te parkeerplekken te regelen.

Dan heb je nog Wonencentraal. Dat is de woningbouwvereniging die hier de huurhuizen afgeeft, dus de appartementen en de woningen, als woningcorporatie. We hebben nog de gemeente en NAB bouwfonds, de projectontwikkelaar. De belangrijkste met wie we zaken doen. Ze zijn ook de stakeholders met wie je te maken hebt.

N: Maar zo'n bedrijf als Choreo maakt die dan plannen of maakt de gemeente echt de plannen voornamelijk?

D: NAB bouwfonds en gemeente Alphen maken plannen samen met Wonencentraal. En Choreo zal zijn plan voor het winkelgedeelte voor zijn rekening nemen. Er liggen al schetsen klaar. Alleen dat gaat nog niet over het winkeldeel. Het is wel de bedoeling dat we het giga verruimen. Zij zijn nog heel erg in de beginfase. Wonencentraal is al een heel eind verder. Daarvan is de bedoeling dat er straks in de Thorbeckestraat de schop in de grond gaat en we de boel gaan slopen. Wij zelf als gemeente beginnen met het cultuurgebouw aan het

Thorbeckeplein. Daarvoor gaan we nu de huidige, bestaande bouw slopen en het doel is dat we daar in 2010 het eerste gebouw op de grond hebben staan. Over een jaar tijd zo'n beetje.

N: En de marketingvisie over Alphen, word die tot stand gebracht door de afdeling Communicatie, maar ook in samenwerking dan met Ruimtelijke ordening of andere afdelingen?

D: Ja en andere. Het projectbureau Stadshart waar Jolanda voor werkt, die heeft ook een iets aparte plek in onze organisatie. Omdat ze zich heel erg bezig houden met die grote bouwprojecten hebben ze een aparte status als afdeling. Maar goed daar zijn nu wel allemaal de eerste oriënterende gesprekken mee geweest om inderdaad te kijken hoe we kunnen zoeken naar een integrale aanpak, Sjoerd een andere collega van ons die houdt zich in communicatieve zin bezig met het stationshart, stationsomgeving moet ik zeggen. Die is nu met vakantie dus vandaar dat hij hier niet bij kon zijn. Dus daarin zitten we ook te kijken van dat het straks niet allemaal eilandjes gaan worden. Hoe kunnen we dat sowieso in de uitstraling, maar ook in de communicatie aan elkaar verbinden? Maar eigenlijk verder nog moet je al gaan nadenken voordat het bouwen begint. Hoe draagt dat dan bij aan de identiteit en imago van de stad. En daar is bij de Lage Zijde al heel uitvoerig aan gedacht. En ook bij het maken van de stationsomgeving, ook bij hun plannen. Alleen moet je ook kijken hoe je dan toch de verbinding kan zoeken dat het wel past in wat je in een stad als Alphen wil bereiken. Maar goed die hele marketingvisie dat staat bij ons nog in de kinderschoenen. Dus vandaar dat je ook moet uitleggen wat jij voor ogen hebt. Ik denk dat dat wat jij straks gaat doen dat kan natuurlijk een hele belangrijke invloed geven of aanvulling zijn op het verder uitwerken van onze marketingvisie. Maar goed volgens mij moet je eerst maar even uitleggen wat precies je opdracht is en hoe je het zelf voor je ziet. Of is het voor jou ook nog even zoeken?

N: Nou het is echt mijn afstudeer opdracht. Het is de bedoeling dat ik er echt een half jaar mee bezig ben. Het is heel groot. Ik heb eerst die stage gedaan bij het CAS. Dat vond ik heel leuk. Een stage is niet verplicht vanuit de universiteit maar ik had zo iets van ik wil wel een keer een praktijk ervaring op doen. En ik kom zelf uit Alphen dus dan ben je toch wel wat meer betrokken bij de stad en ontwikkeling. Ik studeer stadsgeografie dus ik weet ook van alle ontwikkelingen, en die hou ik ook in de gaten.

D: Wat voor opleiding doe je precies?

N: Stadsgeografie

D: Stadsgeografie?

N: Ja ik heb eerst een bachelor Sociale Geografie gedaan en nu doe ik een master Stadsgeografie aan de Universiteit van Utrecht.

D: Oké, en hoe verhoudt zich dat met het imago?

N: Naja Stadsgeografie is nog vrij breed, onderwerpen die aan de orde komen zijn bijvoorbeeld mobiliteit en probleemwijken maar ook identiteit, imago en citymarketing. Het is dan zowel gericht op wereldsteden als op kleinere schaal.

D: Dat vind ik heel erg interessant. Ik weet niet waar jij precies naar zoekt.. Dat we als stad nog verder kunnen met evenementen dingen, dat gelooft iedereen wel. Maar ik ben juist opzoek naar de feiten en het bewijs van hoe kan stadsmarketing nou echt bijdragen aan een betere concurrentiepositie. Ik hoor ook bedrijven om me heen zeggen van 'als ik groter word ga ik veel liever naar Zoetermeer of Gouda. Want die zitten lekker aan de A12, lekker makkelijk'. Is Alphen dan zo moeilijk bereikbaar...? Je rijdt hier zo naar toe.. Het zit echt tussen de oren, ze willen liever een 070-nummer, of een postcode wat gekoppeld uit Den Haag of Utrecht en dan zit Gouda misschien ook wel in een lastige positie. Omdat het nog te grijs is. En wat is er dan nodig? Je kunt hier heel goed wonen, we zijn de meest gemiddelde stad van Nederland. Dus dat geeft aan dat we een hele representatieve mix van Nederlanders hier hebben wonen. Wat maakt dat waardoor Alphen toch niet die aantrekkingskracht heeft die het zou moeten hebben? Want het is een hele complete stad. Het heeft alles in zich. We hebben al wel wat onderzoek gedaan. Uit een SWOT-analyse, een SWOT-confrontatie, komt bijvoorbeeld ook dat het te weinig leven heeft. De laatste dertig jaar is er heel veel aandacht geweest voor de harde

kant, dus het bouwen van nieuwe woonwijken. De voorzieningen zijn allemaal op niveau, dus het functionele daar is allemaal heel erg op ingezet. Dat is ook goed. Daar zal je weinig klachten over krijgen: iedereen zegt van 'nee kan hier hartstikke goed wonen tegen een betaalbare prijs. Er is veel groen en alles is mooi en goed aangelegd en goed verzorgd. Maar er is geen emotie in de stad'. Dat is een beetje wat eruit kwam. De beleving is er niet. De betrokkenheid is laag, er is heel weinig trots. Dus daar moeten we aan werken. Dan is er een punt dat komt nog voort uit de beleving dat er weinig te doen is in de stad. Althans dat is wat mensen ervaren. Echt shoppen kan je hier niet. Het heeft een vrij groot winkelcentrum maar er is te weinig keuze. Hetzelfde natuurlijk op het gebied van uitgaan en uit eten. We hebben wel een theater maar daarna kan je nergens meer heen want dan gaat alles dicht, behalve Choices. Je hebt beperkte mogelijkheden. Zelfs jongeren hoor ik al zeggen: 'Er is hier niets te beleven. Als ik een auto had ging ik het liefst naar Amsterdam of Leiden ofzo'.

N: Maar toch lijkt het wel een beetje de mentaliteit van de Alphenaar, want als je echt gaat kijken. Ik had in september een keer een gesprek met mensen en die zeiden ook van 'er is gewoon niks'. Maar ik zei: 'Hoezo er is niks? Kijk deze maand, er is jaarmarkt, er is gondelvaart, er was dat Lakeside festival, er was Alphen Culinaire'. Hoezo er is niks te doen? Het is gewoon meer het idee.

D: Daar heb je precies de kern te pakken: ze hebben onvoldoende interesse in dat wat er in de stad gebeurt. En daar heb je het communicatieve van doen. Daar hebben wij als gemeente een hele grote regisseurs rol. Dus nu met de weken van Alphen proberen we daar natuurlijk ook wat meer in te gaan. Maarja er zit ook inderdaad iets van gevoel bij de inwoners. Ik hoor het bij collega's dat mensen zich soms een beetje schamen als ze hier wat gekocht hebben.

Echt ik heb een paar keer meegemaakt dat ik vraag van 'goh waar woon je? Ja ik woon in Alphen want... ' Dan moet er eindelijk een soort van argument aan vast want 'ja op die vroegere vuilnisbelt'. Ja dat heeft veel kapot gemaakt. Het trotsgevoel, de betrokkenheid bij de mensen zelf. Want dat zeg ik ook in mijn marketingvisie van nou volgens mij moeten we ons eerst richten op de bewoners en de ondernemers van de stad zelf. Laten we daar eerst dat trotsgevoel omhoog krijgen. De betrokkenheid, het gevoel van: Woow dit is echt een leuke stad! Er is veel te doen, het is een complete stad. En daardoor denk ik ook krijg je dat grijze imago, omdat ze dat niet willen uitdragen. Ze vertellen er liever niet over, dat ze in Alphen wonen. Dus daarmee trek je ook niet echt goede bedrijven en investeerders aan. Dat betekent ook dat je mensen mee moet nemen hier naar toe. Mensen die hier dan moeten komen wonen. Dus het is een vicieuze cirkel wat je dan krijgt. Om het verhaal even rond te maken, voor mij zou het heel interessant zijn om uit te zoeken: Wat heeft de Alphenaar echt nodig om een goede concurrent te kunnen zijn van Gouda en Zoetermeer. Ik denk dat andere gemeenten misschien wel, zeker Gouda en Zoetermeer, dat zijn wel de twee steden waar we echt mee concurreren.

N: Met name met het aantrekken van bedrijven en bewoners.

D: Ja ik denk dat de gemeente Alphen wel echt ambitie heeft. Dat Alphen groter moet worden, dat er meer bedrijven komen, meer kantoren. Ja de stationsomgeving, daar moet echt gewoon heel hard aan gewerkt worden wil je überhaupt mensen voor geïnteresseerd krijgen. We hebben heel veel leegstand in onze bedrijvenparken. Gouda is enorm aan het bouwen met bedrijvenparken. Het is een grote concurrent. Ook om ons plan verder te brengen.

N: Hoe kan je die concurrentiepositie verbeteren

D: Ja dat vind ik wel interessant om te onderzoeken. Het is ook elke keer de discussie over de N11 hè. Je moet heel die N11 af. Ik woon in Rotterdam, nou ik ben hier binnen het half uur.

N: Kom je ook niet uit Alphen?

D: Nee

N: En toch ben je wel trots op Alphen?

D: Nou ik moet eerlijk zeggen dat ik dat ben. Kijk in het weekend ben ik hier niet zoveel. Ik ben nu al wel een paar keer uit eten geweest of is gaan borrelen. Met collega's ga ik naar de film en dan na afloop nog wat drinken. Dan vind ik het hier echt wel een leuke stad. Er is hier

echt wel wat te doen. Het zit hem echt in die beleving want er is hier gewoon veel te doen. Je zei zelf al van die evenementen. Je hebt ze het hele jaar door. En ik denk dat daarin heel veel winst te behalen is. Er moet echt wat gedaan worden aan het trotsgevoel van de Alphenaren.

N: Heeft de gemeente daar zelf ook onderzoek naar gedaan?

D: Ja in februari 2008 hebben we ook een onderzoeksbureau laten onderzoeken naar de beleving van Alphen. En daarom ook van dat trotsgevoel, dat dat heel laag is (38%). Maar goed nu heb ik dat niet vergeleken met andere steden, maar ik vind dat best laag. Nou een behoorlijk percentage van 45% was gewoon niet overtuigd. Dan nog 12% zonder mening. Dus dat is best behoorlijk.

N: Wordt met die marketingvisie ook geprobeerd het trotsgevoel bij de bewoners zelf te versterken?

D: Ja, daar zouden we nog deelproeven bij aanbrengen. Ik ben bijvoorbeeld ook wel heel benieuwd naar de beleving van jongeren. Want dat zeggen we ook in onze stadsvisie, de stadsmarketingvisie is afgeleid van onze stadsvisie. Ik weet niet of je daar van gehoord hebt. De stadsvisie 2008. Daarin heb ik heel veel dingen gezegd: waar moeten we staan in 2018? Daarin zijn een aantal, iets van 10, kerngebieden aangeduid waarin wij echt zeggen van nou wonen gaat voor werken, en jongeren gaan voor ouderen. En daarin zeggen we eigenlijk van ja de beleving in de stad moet zo zijn dat we jongeren ook echt verbinden aan onze stad. Want daar ligt een pijnpunt. Dat is ook een uitdaging: Hoe houden we die jongeren vast en wat is daar voor nodig? Kijk die evenementen zijn leuk maar niet structureel, dus dan zou je ook kijken naar wat voor aanbod heb je dan nodig. Dan wordt er al wel snel aan gedacht om hier een Hoge School te maken, want dan heb je automatisch jongelui. Zo zijn we daar dus mee bezig. En over twee weken mag ik het in het directie team bespreken. Dat wat ik nu vertel. Dan moet het nog langs de burgemeester en door het college. Dus het is bij ons wel een traject van lange duur. Ik vind het heel interessant dat jij iets zou kunnen doen wat mij weer zou kunnen helpen om de visie verder te brengen. Waardoor ik ook meer draagvlak krijg bij het college.

N: Ik vind het zelf ook wel leuk als er iets gedaan wordt met mijn onderzoek, en het niet voor niets is. Ik ben nu bezig met mijn theoretisch kader schrijven over de identiteit en stedelijke identiteit, maar ik ben nog wel een beetje zoekende naar wat nu precies de kern van mijn onderzoek wordt, daarom wilde ik graag ook dit gesprek, hier heb ik zeker veel aan.

D: Jij hebt nu mijn verhaal aangehoord, je zou iets kunnen doen met de concurrentiepositie van Alphen, de ligging van Alphen en hoe we het imago en de identiteit kunnen vergroten of verbeteren. Zou dat iets kunnen zijn?

N: Ja ik denk het wel. Het is volgens mij momenteel een populair onderwerp en er wordt in de wetenschap heel veel over geschreven. En er is echt wel heel veel literatuur over wereldsteden en de concurrentiepositie tussen bijvoorbeeld Londen en Tokio en New York. Maar we zitten nu op een heel ander schaalniveau. Op kleinere schaalniveaus spelen precies dezelfde problemen. Tussen die wereldsteden is er concurrentie van hoe trekken ze hoofdkantoren aan van multinationals. Maar hier op kleinere schaal zit ook concurrentie van hoe moet je een bedrijf aantrekken en hoe houdt je die bedrijven vast, en hoe profileer je je als stad naar buiten toe? Hoe trek je inwoners en toeristen enzo.

D: Ja dat is ook zo. Als een bedrijf kan kiezen tussen een regio rondom Gouda of een regio rondom Alphen, of een regio rondom Zoetermeer, voor welke van de drie gaat hij dan kiezen? Daar wil ik ook echt in mijn marketingvisie aan werken: Hoe een product zich zo neer zet dat Alphen zo aantrekkelijk wordt dat het niet eens mee een discussie wordt, van nou Gouda of Zoetermeer, nee we gaan naar Alphen!

N: Ja, maar bijvoorbeeld het stationsgebied dat is nu helemaal in ontwikkeling, en veel mensen vinden het echt een heel ambitieus plan. Het past niet bij Alphen, het is te groot. Maar het doel daarvan is ook bedrijven aantrekken.

D: Ja wat jij dus al zegt wil je mensen ook gewoon binden aan je stad dan moet je ook werkgelegenheid creëren. Zeg daar wel bij dat wonen gaat voor werken, want de kwaliteit

van wonen staat voorop dus het moet niet zo zijn dat we straks een bedrijventerrein gaan bouwen in plaats van een woonwijk. Die discussie moet er dan niet zijn. Het moet wel een stad zijn waar je altijd prettig kan wonen met veel groen enzo. Maar goed we hebben dus een aantal bedrijventerreinen, we krijgen straks een prachtige stationsomgeving met mooie kantoren. We willen nu gewoon hoogwaardige werkgelegenheid aantrekken, zodat mensen toch weer een extra motivator hebben om hier te komen wonen, of om hier te blijven. Omdat ze ook hier hun werk hebben. Nu zie je ook dat veel mensen aan het forenzen zijn. Dan wonen ze wel hier, maar ze werken in Den Haag. En mensen gaan dan in die stad wel op stap, of hun inkopen doen. Dus de euro besteden ze ook niet hier, maar daar waar ze werken. Dus dat zijn allemaal bewegingen waarvan ik dan denk van we moeten met elkaar aan werken. Intern, maar ook met de sociale partners en de ondernemers in de stad. We moeten gaan kijken van hoe kunnen we een product neerzetten waar we trots op kunnen zijn. We moeten er ook dingen voor doen. We zullen keuzes moeten maken. Dingen misschien anders moeten doen, dan wat we nu doen. We moeten ook meer de verbinding met elkaar zoeken van hoe zorg je dan dat de werkgelegenheid past bij de bewoners die hier wonen, hoe zorg je dat de evenementen passen bij de inwoners. Noem maar op. Zo moet je een marketingmix krijgen die past bij dat wat je wil zijn.

N: En is er onderzoek gedaan bij bewoners naar betrokkenheid bij de marketingvisie? Hoe zij over Alphen denken, nou blijkt dus dat zij niet zo heel positief erover denken, hoe kunnen ze dat dan verbeteren?

D: Dat zie ik dan bij de verdere uitwerking van mijn visie. Dan ga je met een team aan de slag en daar kunnen dan bijvoorbeeld ook voorzitters van bewonersverenigingen bij zitten. Wat dan wel is, onze stadvisie, stadsvisie 2018, dat is een beetje onze leidraad. En in die stadsvisie daar zijn met name bewoners aan het woord geweest. En samen met bewoners en ondernemers van de stad hebben we die stadsvisie gecreëerd. Dus in feiten is dat ook al wat de bewoners hebben gezegd; in 2018 moet de stad er ongeveer zo uitzien. En daar moeten we nu de komende 9 jaar naar toe werken. Dan gaan we weer verder kijken naar wat er gebeurd na 2018. Maar goed dat is dan stap 2.

In zo'n team van mensen, daar moet je natuurlijk ook heel selectief mee zijn, moet je gewoon gaan kijken van wat hebben we nou nodig om die visie verder te brengen. Zo ver is het nog niet.

N: Maar wat ik ook denk, er zijn het afgelopen jaar heel veel inwoners gekomen in Alphen, ook heel veel van buitenaf. Die hebben sowieso niet zo'n band met Alphen als dat je hier bent opgegroeid. Dus ik denk dat al die nieuwe mensen zich lang nog niet zo verbonden voelen met Alphen.

D: Ja dat klopt. Dat heeft temaken met wat ik eerder zei, het feit dat we de laatste 30 jaar als stad enorm gegroeid zijn met al die nieuwe woonkernen, waar relatief jonge gezinnen naar toe zijn getrokken. Dat zijn nu de jongeren van 17, 18 jaar die dan nu op het punt staan: blijf ik in Alphen wonen of ga ik weg? Die beleving, daar zit het hem denk ik in. Die zien wel een stad die compleet is en waar je goed kan wonen, maar er is niet zoveel te beleven, denken ze. Dat is ook wel de tijdgeest van nu, je moet heel veel kunnen kiezen, ze moeten veel kunnen zappen. De ene keer willen ze dit, en de andere keer willen ze dat. Misschien moet je dan ook zeggen van ja dat is niet wat een stad als Alphen te bieden heeft. Als je wilt zappen, en je wilt veel en van alles tegelijk, ja dan moet je maar naar Amsterdam of Rotterdam.

N: Ja dat is natuurlijk ook zo. Je kan niet voor alle doelgroepen een aantrekkelijke stad zijn.

D: Maar we willen wel jongeren zo veel mogelijk vasthouden. Dat ze in ieder geval wel zoiets hebben van nou het is een fijne stad, ik ben er fijn in opgegroeid en alles is er. Dan kunnen ze gaan studeren en waaien ze uit over Nederland. Maar als ze zich dan gaan settelen dat ze weer terug komen. Want daar voelen ze zich fijn. Als je die beleving kan vasthouden, volgens mij ben je dan op de goede weg. Dan komt er ook een trotsgevoel. Alphen is mijn stad, daar kom ik vandaan. En zeker bij de autochtone Alphenaar, die mensen zijn hier geboren en getogen, die mensen noemen het ook nog steeds een dorp, die komen weer terug. Die zijn ook het meest kritisch op wat er nu gebeurd met de stad. Die vinden die

nieuwe ontwikkelingen helemaal niet leuk. Het wordt veel te groot en te massaal. Die hebben wel dat trotsgevoel heel erg maar die blijven nog vasthangen in dat wat ooit was. Dus daar moet je een goede balans zien te vinden. Hoe hou je die mensen er toch een beetje bij zonder dat je afbreuk doet aan de ambities.

N: Maar Zoetermeer wil zich gaan profileren als sportstad heb ik begrepen, met Snowworld en een klimmuur. Alle steden zijn daar nu mee bezig, maar wat is nu echt de bedoeling? Als je aan buitenstaanders vraagt waar denkt u aan bij Alphen?

D: Daar hebben we nog geen keuze voor gemaakt. Ik ben nu nog alle informatie aan het verzamelen. Ik weet nu ongeveer waar de pijnpunten liggen en dan moet ik intern gaan zoeken van nou waar gaan we ons op richten? Welke keuzes gaan we maken? Op welke doelgroep gaan we ons richten? Waar gaan we dan op inzetten? Die keuzes heb ik nog niet gemaakt. Ik heb nu een algemene visie neergezet. Ik moet nu eerst intern gaan overtuigen waarom ik vind dat het belangrijk is dat we het doen. En dat heeft met name met die concurrentiepositie te maken en met weglopen van jongeren. Dat zijn voor mij de twee belangrijkste aanleidingen geweest van nou we moeten wat.

N: Moet je daar mensen nog van overtuigen dat het echt belangrijk is om een marketingvisie te hebben?

D: Ja... want het kost capaciteit hier intern. Ik moet mensen dus ook met mij meenemen, ik ga mensen ook vragen: wil jij met mij mee gaan werken om dit plan nog verder te brengen? En het kost ook geld. Dat is altijd de discussie hier intern: 'er is geen geld en moeten we hier wel tijd aan besteden?'. Dus ze moeten er eerst wel het nut ervan inzien.

N: Het is natuurlijk wel zo dat als het goed uitpakt het je veel geld oplevert?

D: Tuurlijk. Daarom ben ik nu aan het zoeken, naar bijvoorbeeld dat imago en dat trotsgevoel, dat is beleving.

N: Waarin onderscheid Alphen zich bijvoorbeeld als gemeente van Zoetermeer en Gouda?

D: Dat is een heel goed punt. Ik heb nu in mijn stadsmarketingvisie gezegd van nou we hebben geen unique selling points, althans ik zou ze niet kunnen benoemen. We hebben niks extra's waarom wij daarmee meer zouden kunnen zijn dan anderen. Want ik denk dat als je de gemiddelde Nederlander gaat vragen 'in welke categorie valt Alphen?' dan noemen ze Zoetermeer, Gouda, Haarlemmermeer. Dus daar kunnen we niet zoveel mee. Maar wat we wel hebben is een hele rijke geschiedenis. En dat lijkt iedereen vergeten te zijn. Dus ik zou heel erg willen inzetten op dat Romeinse tijdperk, dat meer onder de aandacht brengen. We hebben een prachtige Oude Rijn die dwars door de stad loopt, daar doen we niks mee.... Die Oude Rijn was de natuurlijke grens waar het Romeinse Rijk stopte. Het grote Romeinse fort heeft hier op het Rijnplein gestaan, nou daar kun je prachtige dingen mee doen. Ook in het kader van die beleving, hoe kunnen we dat gevoel wat ooit het Romeinse Rijk wel wist, de plek waar iedereen bij elkaar was, waar ondernemerschap en gezelligheid, mensen met elkaar, hoe kunnen we dat gevoel hier weer op een hele leuke, creatieve manier terug krijgen? En dat vraagt ook in de stedenbouwkundige plannen weer aandacht. Want dan moet je dus elementen terug laten komen van het Romeinse Rijk. Bijvoorbeeld leuke doorkijkjes. Je zou het ook in een modern jasje kunnen gieten waardoor je wel dat gevoel van geschiedenis weer terug krijgt.

N: Ja dat is wel iets unieks. Als je dan vraagt aan buitenstaanders: waar denkt u aan bij Alphen? Dat ze dan zeggen: Dat is toch die oude Romeinse stad?

D: Ja inderdaad

N: Ik zag ook het filmpje op de website: Allemaal Alphen, dan zie je ook die Romeinen die dan door het centrum lopen.

D: Ja met name het Archeon is nog steeds een eyecatcher voor de stad, want dat is dan nog ongeveer het enige wat ze dan van Alphen kennen. Laten we dat dan uitbuiten. Dat zou je dus grootser kunnen aanpakken. Waarom beperken we het alleen tot het Archeon? De Oude Limes, dat was de Oude Rijn. Daar kunnen we prachtige dingen mee doen. Alphen is ook jaren lang Castellumstad genoemd. Ook vanuit het Romeinse tijdperk. Daar zitten gewoon heel veel aanknopingspunten.

N: Ik weet niet of dat nog steeds is, maar er was altijd een slogan: Stad in het Groene Hart. Die is oud of.....?

D: Die van de nieuwe stadsvisie is: Alphen ook voor jou. Wat je veel steden ziet doen is dat ze een slogan bedenken en daar gaan ze dan een communicatiecampagne bij bedenken en dan zeggen ze: nou we hebben stadsmarketing gedaan. Nou zo werkt dat niet.

N: Maar ik denk dat we het groene karakter van Alphen bij bewoners wel als heel positief wordt ervaren.

D: Ja het gene met groen mag ook zeker niet ontbreken. We werken ook samen met het Groene Hart. Je hebt een team, het Marketingteam Groene Hart, die het hele Groene Hart verder onder de aandacht willen brengen. Dus daarmee kijken we ook van nou hoe zet je dan Alphen neer, als het gaat om stad in het Groene Hart. Maar ja Woerden noemt zich ook 'centrum in het Groene Hart'. En Gouda kan dat doen en Boskoop, dus ook dat is niet zo uniek. Er worden wel veel evenementen gekoppeld hieraan zoals bijvoorbeeld de Laura. En daarbij gaan we dus ook kijken hoe we dat verder kunnen professionaliseren. Nou is Alphen daar niet altijd even sterk aanwezig geweest, dat lieten we dan lopen. Soms moet je misschien ook zeggen van 'nee dit doen we niet, dit past niet in onze marketingvisie.' We krijgen elke week wel een verzoek of we iets willen sponsoren. Naja dat is niet bij te houden.

N: Dus de marketingvisie staat nog heel erg in zijn kinderschoenen, en jij houdt je er nu mee bezig om dat te gaan ontwikkelen. En als mijn onderzoek daar iets aan zou kunnen bijdragen dan zou dat wat jou betreft het liefst zijn richting de concurrentiepositie?

D: Nou dat vind ik zelf heel interessant. Er is heel veel leegstand op bedrijventerreinen, hoe gaan wij bij de stationsomgeving nou kantoren aantrekken? Op HBO/WO-niveau. Daar ontbreekt het nog een beetje aan in Alphen. En sowieso, hoe zet je Alphen steviger neer dan omliggende gemeenten? Want Gouda is ook heel druk met de stadsmarketing bezig. En Schoonhoven ook. Ik vind niet dat je marketing moet doen om maar marketing te doen maar dat geeft wel aan dat iedereen aan het bewegen is. Dus ik ben heel benieuwd welke positie neemt het nu dan in en wat heeft het nodig om daarboven uit te stijgen? We hoeven niet de beste te zijn, maar dat we wel weten wat heb je nodig om wel die bedrijven of bewoners of jongeren aan te trekken en te behouden. Er is zoveel eigenlijk waar je naar moet kijken. De betrokkenheid vergroten, het aantrekken van investeerders en bedrijven, het trotsgevoel vergroten. Dus als jij daar iets in uit zou kunnen vinden waarvan je denkt van nou daar kan ik wat mee en dat past ook in mijn theoretisch kader en waar jij mee gaat slagen, dan heb je een win-winsituatie.

Ga ook bij je eigen vriendengroep langs van hoe beleven jullie Alphen? Hoe ervaren je Alphen? Hoe proef je Alphen? Wat kunnen we er nog meer aan doen om dit te verbeteren? En al die onderdeeljes zoals stationsomgeving en Lage Zijde kunnen daar gewoon om meeliften, omdat je dan een bepaalde koers gaat bepalen. En dat kan je dan de diepte in gaan voeren: is er behoefte aan elke maand een evenement?

N: Oke, ik heb al veel documenten van de website gehaald maar hebben jullie hier misschien ook nog andere documenten die niet op de site staan en wel met dit onderwerp te maken hebben?

D: Oh ja zat, zal ik je zo wat meegeven?

N: Als dat kan graag ja.

D: Ja tuurlijk geen probleem, nou ik hoop dat je iets aan dit gesprek hebt, en ik hoor graag van je en heel veel succes nog.

N: Ja heel erg bedankt en ik mail binnenkort dan wel waar m'n onderzoek precies over zal gaan.

Interview respondent 1.

1. Hoe lang bent u bekend met het stationsgebied, (hoe lang woont u in Alphen aan den Rijn?)

Uhm ik denk zo'n 12 jaar.

2. Hoe herinnert u zich het stationsgebied?

Ja lastig, ik denk toch wel de treinen. **Oke, kunt u daar misschien wat meer over vertellen?** Uhm nou ik weet niet, ik vond het altijd gewoon wel leuk om naar de treinen te kijken.

3. Heeft u dat als positief of negatief ervaren ivm uw beeldvorming over Alphen aan den Rijn?

Ja wel positief, het lijkt gelijk een grote stad als er treinen rijden dus dat vond ik toen altijd wel leuk.

4. Voelt u zich betrokken bij het stationsgebied?

Ja zeer zeker, dat komt natuurlijk omdat ik er woon. Ik zie het elke dag de hele dag. Ik zie alle veranderingen en ik zie dat er elke dag aan gewerkt wordt. Alles wat verandert heeft betrekking op je woonomgeving dus dan wil je wel weten wat er dan verandert dus ik voel me echt betrokken. Elke week is de ruimte om je huis verandert, als je zo woont zoals wij dan heeft dat best veel invloed op je dagelijkse woonomgeving en woongenot.

5. Heeft u er dagelijks mee te maken?

Ja uiteraard, omdat ik er woon kijk ik er elke dag tegenaan en reis ik er elke dag doorheen. **Maakt u ook vaak gebruik van de trein of bus?** Nee nooit eigenlijk, ik heb een auto en een motor. In de zomer ga ik meestal met m'n motor, heerlijk vind ik dat. Ik werk in Amsterdam maar als ik op de motor ga ben ik er echt binnen 25 minuten omdat ik tussen alle files doorslip. In de winter is de motor niet ideaal dus dan ga ik meestal met de auto naar mijn werk. Dan doe ik er wel wat langer over dan met dus motor, iets van 35 minuten of driekwartier ofzo maar dat is alsnog veel sneller dan met het openbaar vervoer. Dan vind ik echt niks, door al dat overstappen enzo ben je zoveel tijd kwijt, dus ik maak eigenlijk nooit gebruik van de bus of de trein nee.

6. Wat weet u van de veranderingen rondom dit gebied?

Uhm ja wat weet ik ervan.. ja best veel natuurlijk, wilt u dat ze opnoem? **Ja vertel maar..** Nou zoals je zelf waarschijnlijk ook al hebt gezien is er dus een hele rij huizen weg. De huizenrij voor ons is helmaal gesloopt. Eerst lag de grote weg voor die woningen maar die is nu verlegd en ligt nu pal voor ons huis. Verder komt er een tunnel om oud Alphen en nieuw Alphen, daarmee bedoel ik Kerk en Zanen met elkaar te verbinden. Er komt een nieuw busplein en er komt een flat, een kantorenpannd recht voor ons huis.

7. Beantwoorden die veranderingen aan uw eigen behoefte?

Nee het had van mij allemaal niet hoeven, het wordt alleen maar drukker in Alphen en in m'n straat. Die grote weg die nu verlegd is loopt nu pal voor ons huis, daar zijn we zoals je waarschijnlijk wel begrijpt niet blij mee. Het is echt een drukke weg, en eerst zat er nog een huizenrij en dan nog wel 20 meter tussen. Die weg geeft veel lawaai en echt veilig is het volgens mij ook niet om zo'n drukke weg pal voor allemaal woningen te laten lopen waar allemaal gezinnen wonen. Ik zie ook niet echt in waarom die weg verlegd moest worden. Het zal wel vanwege dat nieuwe busstation zijn. **Oke, en wat denkt u bijvoorbeeld over de nieuwe kantoren, winkels, appartementen?** Ja nou ja dat had van mij natuurlijk ook allemaal niet hoeven, ik

woonde hier altijd prima en volgens mij was het station ook wel prima, zoveel reizigers maken nou ook weer niet gebruik van het station, dus ja waarom het allemaal zo drastisch veranderd moet worden, geen idee. Volgens mij is er in Alphen helemaal geen behoefte aan nieuwe kantoren enzo, er staat al best veel kantoorruimte leeg, laten ze eerst eens zorgen dat daar bedrijven in komen en ga dan pas iets nieuws bouwen lijkt mij maar ja.. maar die tunnel voorziet denk ik wel in de behoefte van veel mensen. Die tunnel is opzich wel goed, voor mij maakt het niet uit want ik woon natuurlijk al aan de centrumkant dus ik hoefde nooit het spoor over, maar voor de mensen die in Kerk en Zanen wonen, en dat zijn er natuurlijk steeds meer is het denk ik wel handig. Hoeven ze niet altijd voor de trein te wachten. Maar ik kom eigenlijk nooit aan de andere kant van het spoor, heb in Kerk en Zanen niks te zoeken dus ik zal die tunnel ook niet vaak gaan gebruiken.

8. Zijn er elementen die u bij voorbaat als heel positief/negatief inschat? Voor uzelf, of voor Alphen aan den Rijn?

Ja nou ja als ze de kantoren vol krijgen kan het goed zijn voor de werkgelegenheid in Alphen aan den Rijn, maar ik vraag me af of dat gebeurd want er staan al veel kantoren leeg in Alphen. De tunnel is wel goed, dan hoef je niet meer het spoor over te steken/fietsen, dus die tunnel is voor veel mensen denk ik wel positief. Scheelt toch tijd en het is denk ik ook een stuk veiliger. **Oke dus dat zijn volgens u elementen die we positief kunnen uitpakken, zijn er ook elementen die u negatief inschat?**

Ja natuurlijk die drukke weg voor het huis en een groot kantorenpand voor het huis. Dat belemmert het uitzicht en misschien daalt de waarde van de woning er ook wel door, dus ja dat zou wel echt negatief zijn. Ik denk niet dat er echt veel mensen zitten te wachten op een woning pal aan een drukke weg en een grote kantorenflat pal voor je deur. Daarnaast vind ik het ook erg negatief dat mensen zoals wij jarenlang in een bouwput wonen. Het is echt een 10 jaren plan er komt geen einde aan, eerst werden de huizen voor ons gesloopt, toen de weg verlegd en ze zijn nu bezig met die tunnel. We zitten dus al jarenlang in een soort bouwput. Dat is soms wel echt vervelend, je hele huis zit vol zand en als het heeft geregend is het overal een modderpoel. En dit duurt al een paar jaar maar het is nog lang niet af hoor, het blijft nog wel een aantal jaren zo. Al die kantoren moeten nog gebouwd worden en die andere flats en dat busplein en natuurlijk ook die fietsappel enzo dus ja we kunnen alleen maar hopen dat het daarna echt veel mooier en beter is geworden dan dat het was. Dan waren de jaren van ergernis misschien toch niet voor niks hahaha.

9. Zullen de veranderingen een beeldbepalende invloed hebben op Alphen aan den Rijn? Zo ja, hoe dan? Positief/ negatief? Verandert hierdoor het karakter van Alphen aan den Rijn?

Ja het zal wel een beeldbepalende invloed hebben op Alphen, het ziet er natuurlijk heel anders uit, grotere gebouwen, nieuw stationsgebouw, de weg loopt vlak langs de huizen, dus dat is wel echt heel anders dan eerst. Het oude stationsgebouw was een heel klein gebouwtje bij het station en er komt nu een heel groot nieuw iets. **Denkt u dat hierdoor ook het karakter van Alphen verandert?** Ja het karakter verandert wel, het krijgt een stedelijker uitstraling. Alles wordt groter, moderner en nieuwer. **En vindt u dat positief of negatief?** Het maakt me eigenlijk niet uit of Alphen een stedelijk uitstraling krijgt of niet.. dat interesseert me niet echt, maar ja wat hier allemaal vlak voor me deur gebeurt interesseert me natuurlijk wel. Er is de afgelopen tijd natuurlijk heel veel verandert in Alphen zoals Kerk en Zanen en het Rijnplein, dus ja Alphen wordt wel echt stedelijker maar ik vind dat niet perse negatief of positief.

10. Vindt u dat het oude stationsgebouw historische waarde had voor Alphen aan den Rijn? Wat vindt u ervan dat het gesloopt is?

Ik weet niet of het echt historische waarde had, maar denk dat wel mensen het een mooi gebouw vonden omdat het toch één van de weinige oude gebouwen in Alphen

was, maar dat het gesloopt is maakt mij eigenlijk niet zoveel uit. Ik vind niet dat zo'n klein oud gebouw kosten was het kost behouden moet worden als het een mooier gebouw in de weg staat.

11. Vindt u dat de gemeente met de nieuwe plannen rekening houdt met het bestaande karakter van Alphen?

Alphen wordt steeds groter met Kerk en Zanen erbij en Burggooi erbij en dan klopt het wel dat het stationsgebieden ook mooier, groter en moderner wordt, wat dat betreft is het wel in overeenstemming met het karakter van Alphen.

12. Heeft u de indruk dat “de gemeente” de veranderingen heeft ingezet om tegemoet te komen aan wensen van de inwoners van Alphen? Zo ja, waarom, zo nee, waarom?

Ik denk niet dat iemand er om gevraagd heeft, ik denk dat de inwoners het op zich wel prima vonden zoals het was. De oude opzet kon het aantal reizigers ook prima aan dus ik denk niet dat de gemeente het echt voor de inwoners heeft gedaan.

13. Als het gemeentelijk beleid niet tot stand is gekomen op wens van de bewoners, wat vermoedt u dan als drijfveer voor de ingrijpende veranderingen?

Ik denk dat ze denken dat ze er economisch op vooruitgaan. De gemeente denkt denk ik dat er nu meer kantoren en meer bedrijven zich vestigen in Alphen en dat is natuurlijk beter voor de economie van Alphen en voor de werkgelegenheid.

14. Hoe zou u zelf de identiteit van Alphen aan den Rijn omschrijven? (is het een stad, een dorp, goed bereikbaar, juist niet, prettig wonen of juist niet etc.)

Uhm ja lastige vraag, ik weet niet of Alphen wel echt een identiteit heeft. Zeker de laatste jaren, het is zo veranderd dat de identiteit denk ik ook is veranderd. Ik denk dat je Alphen wel kan omschrijven als een stad in verandering ofzo, ik denk dat de gemeente uiteindelijk wel wil dat Alphen echt een stedelijke identiteit krijgt, met stedelijke voorzieningen en een stedelijke uitstraling door al die hoge gebouwen enzo. Maar ja ik weet niet of Alphen wel echt een stedelijke identiteit kan krijgen, ik weet ook niet of je een identiteit überhaupt kan creëren of dat die er gewoon is. In principe hebben de inwoners van Alphen wel echt een dorpse mentaliteit denk ik, en dat speelt ook wel mee. Dan kan je wel allemaal hoge gebouwen neerzetten en een mooi station bouwen maar ja als de inwoners hun dorpse mentaliteit behouden wordt Alphen toch nooit een stad. Misschien dat die dorpse mentaliteit nu ook wel gaat veranderen want er is natuurlijk de laatste jaren heel wat import bijgekomen. Die mensen komen volgens mij voor het merendeel wel echt uit de grote steden, uit Den Haag enzo dus misschien dat door die import de mensen in Alphen ook meer stadser worden laat maar zeggen. Dus dan zou Alphen wel echt een stad kunnen worden maar ja nu zit het er echt een beetje tussenin.

15. Welk aspect van identiteit vindt u het belangrijkste en waarom?

- ***Het historische aspect (de invloed van het verleden op een plaats).***
- ***Het fysiek- ruimtelijke aspect (geografische locatie, stedenbouwkundige structuur, architectonische kwaliteiten).***
- ***Het sociaal- ruimtelijke aspect (sociaal-culturele kenmerken van een plaats).***
- ***Het conceptuele aspect (stedelijke identiteit als marketingconcept).***

Uhm wat was die tweede ook alweer.... uhm oh ja nou dan denk ik wel de derde hoor. Ik denk dat de bewoners de identiteit van een plaats beïnvloeden maar daarna ook wel de gebouwen. De bewoners bepalen de sfeer en de gebouwen hebben ook een bepaalde uitstraling. Dat geeft toch een soort beeld, als alles bv onwijs blokkig is zoals Almere dan krijgt een stad toch een bepaalde uitstraling, in Alphen heb je toch nog wat leuke oude dingen, die wat meer sfeer geven aan de stad, wat bijvoorbeeld

Almere niet heeft. Maar ik heb eigenlijk nog nooit zo nagedacht hierover maar ik denk dat de inwoners en de gebouwen wel het belangrijkste zijn.

16. Als u Alphen aan den Rijn in een reclamefolder zou moeten promoten, wat zouden daar de speerpunten zijn waarvoor u aandacht vraagt?

Uhm nou sowieso de jaarmarkt dat is toch wel altijd erg leuk en het is ook echt de grootste jaarmarkt van Nederland. En verder ook natuurlijk Archeon en Avifauna en voor de rest zou ik het niet weten. Ik denk dat dit de enige uitstapjes zijn die je kan doen. We hebben ook geen echt goede sportvereniging ofzo of iets waarin we landelijk uitblinken, de gondelvaart die is ook wel heel leuk maar ja die hoort eigenlijk bij de jaarmarkt.

17. Voelt u zich Alphenaar? Zo ja, wat maakt dat u zich dat voelt? Verwacht u in de toekomst dat u blijft wonen in Alphen of dat u weg gaat uit Alphen? Zo ja, waarom?

Ja, jawel ik voel me wel Alphenaar ja, ik heb hier toch het grootste deel van mijn leven gewoond dus dan krijg je wel een band met de stad omdat je hier altijd bent. Ik denk dat ik in de toekomst wel in Alphen wil blijven wonen. Ik werk in Amsterdam en daar zou ik niet willen wonen en de reisafstand Alphen Amsterdam is wel goed te doen en verder woon ik hier wel naar mijn zin hoor, ken toch veel mensen, via sport enzo dus ja denk wel dat ik hier blijf wonen. **Waarom zou u niet in Amsterdam willen wonen?** Haha ja dat heeft te maken met mijn werk, ik werk bij de politie en het lijkt me niet handig en prettig om dan in dezelfde plaats te wonen waar je ook werkt.

Interview respondent 2.

1. Hoe lang bent u bekend met het stationsgebied, (hoe lang woont u in Alphen aan den Rijn?)

Uhm.. jaja dat is toch alweer heel wat jaartjes, maar eigenlijk ben ik er pas goed bekend mee sinds het bestemmingsplan, dat is volgens mij nu zo'n 6 jaar geleden. **Oke maar was u daarvoor ook al bekend met het station?** Ja dat wel, vanaf 1992 wonen we in Alphen, maar daarvoor woonde we in Ter Aar, daar heb je natuurlijk geen station dus toen maakte we ook al gebruik van het station in Alphen. Dan reden we er met de auto heen, je kon je auto toen nog gewoon parkeren bij het station en dan gingen we met de trein. Er reed ook een bus vanuit Ter Aar naar het station in Alphen, soms gingen we daar ook mee. Dus als je de Ter Aarse periode mee rekent dan ben ik echt al heel lang bekend met het station, vanaf 1980 dan dus dat is dan nu zo'n 30 jaar.

2. Hoe herinnert u zich het stationsgebied?

Ja ik heb er niet echt een specifieke herinnering aan ofzo maar hoe ik mij het stationsgebied herinner is nog vanuit de Ter Aarse tijd. Dan herinner ik het mij echt als een klein dorps stationnetje.

3. Heeft u dat als positief of negatief ervaren ivm uw beeldvorming over Alphen aan den Rijn?

Nog positief nog negatief, het station heeft toen der tijd weinig indruk op me gemaakt. Dus het heeft mijn beeldvorming over Alphen in die zin niet positief of negatief beïnvloed. Het was gewoon een heel klein stationnetje. Het stationsgebouw zelf was wel een heel aardig gebouwtje, echt een karakteristiek witgepleisterde gebouwtje. Het had wel leuk geweest als ze dat op de een of andere manier behouden houden. Maar in totaal maakte het stationsgebied weinig indruk het had geen allure of uitstraling ofzo.

4. Voelt u zich betrokken bij het stationsgebied?

Ja, het stationsgebied is een heel belangrijk doorgangsgebied naar het centrum. Verder maak ik vrij veel gebruik van de trein, dan is het wel belangrijk dat het stationsgebied op een goede manier is ingericht.

5. Heeft u er dagelijks mee te maken?

Nou dagelijks zou ik niet willen zeggen maar wel zeker zo'n 4 a 5x per week. Soms dus als ik met de trein ergens heen ga maar ook als ik naar het centrum wil of ga sporten. Alle voorzieningen liggen aan de andere kant van Alphen dus ja dan moet je steeds over het spoor heen.

6. Wat weet u van de veranderingen rondom dit gebied?

Het hele gebied wordt opnieuw ingericht, toen op een gegeven het moment bestemmingsplan uitkwam heb ik daar kennis van genomen, ik vind het altijd wel aardig om te weten hoe zo'n gebied er uit komt te zien. Zeker als het je eigen woonomgeving betreft en je er veel mee te maken hebt. Ik vind het zelf bijvoorbeeld erg belangrijk dat er een goede fietsvoorziening komt aan de zijde van Kerk en Zanen. Dat je je fiets kan stallen aan deze kant en niet eerst het spoor over moet je om je fiets te stallen en dan terug moet lopen naar je perron. Als je 's ochtends vroeg de trein wilt halen telt elke minuut en dan moet het gewoon goed geregeld zijn en dan is het belangrijk dat de mensen uit Kerk en Zanen hun fiets aan de Kerk en Zanen zijde kunnen stallen. Verder kan niemand ontgaan dat er een onderdoorgang komt onder het spoor. Dit is verreweg de belangrijkste verandering en tevens een grote verbetering. De oude situatie en zoals die nu dan nog is, is echt een crime. Het is echt een sluipdoor kruipdoor route met al die hekjes enzo, en je moet steeds wachten

voor de spoorbomen. En als die dan opgaan is het erg chaotische en rommeling omdat zich er ondertussen heel veel mensen van beide kanten voor de spoorbomen hebben verzameld die dan allemaal door die hekjes moeten dus ja die tunnel zal wel een grote verbetering worden.

7. Beantwoorden die veranderingen aan uw eigen behoefte?

Ja, in hoge mate, met name dus die tunnel, überhaupt vind ik de hele opzet van het nieuwe stationsgebied heel positief, dat dorpse verdwijnt nu eindelijk eens. Het wordt een gebied waar wonen en werken en winkelen geïntegreerd is, dat is een belangrijke verbetering en opwaardering. Ik vind het ook heel positief dat ze er iets echt iets bijzonders van willen maken zoals bijvoorbeeld met die fietsappel. Je kan wel gewoon een fietsenstalling plaatsen maar zo'n fietsappel geeft echt extra allure. Ook komt er veel hoogbouw met winkels, kantoren en woonappartementen. Ik denk dat het allemaal erg mooi kan worden als er mooie architectuur gebruikt wordt en de openbare ruimte mooi wordt ingericht met veel groen.

8. Zijn er elementen die u bij voorbaat als heel positief/negatief inschat? Voor uzelf, of voor Alphen aan den Rijn?

Ja de tunnel, fietsappel en winkels kunnen zeker een positieve bijdrage leveren aan Alphen. Alphen krijgt steeds meer allure, Alphen is toch zijn status als dorp wel ontgroeid, met 75.000 inwoners kan je niet meer spreken van een dorp. Ik denk dat Alphen dan ook een openbaar vervoersknooppunt moet ontwikkelen wat past bij de grootte van de plaats. Als aandachtspunt heb ik wel dat het niet een kaal koud en tochtig gebied moet worden. Je hebt vaak bij allemaal van die hoge gebouwen dat de wind er dan echt zo doorheen raast. Dat moeten ze voorkomen door bijvoorbeeld het leuk aan te kleden met bomen zodat het aangenaam is om door het stationsgebied te lopen. Door bomen krijg je ook een gezellig karakter, want alleen maar hoge gebouwen is misschien wel erg koud en kaal.

9. Zullen de veranderingen een beeldbepalende invloed hebben op Alphen aan den Rijn? Zo ja, hoe dan? Positief/ negatief? Verandert hierdoor het karakter van Alphen aan den Rijn?

Ja denk het wel, want Alphen heeft eigenlijk niet zoveel hoogbouw, en er worden nu toch veel hoge gebouwen neergezet. Bijvoorbeeld het Da Vinci gebouw wat ook deel uitmaakt van het nieuwe stationsgebied en wat al af is, is ook vrij hoog, sowieso wordt het allemaal vrij hoog dus dat is zeker beeldbepalend. **Vindt u dat dan positief of niet?** Ja dat vind ik wel positief, het karakter van Alphen verandert, ik denk dat je het moet zien als een soort van stapsgewijs proces waarbij Alphen zich stap voor stap van een dorp naar een stad ontwikkelt.

10. Vindt u dat het oude stationsgebouw historische waarde had voor Alphen aan den Rijn? Wat vindt u ervan dat het gesloopt is?

Ik vond het zelf van wel ik vind het ook jammer dat het weg is. Ik heb er wel begrip voor dat het niet gehandhaafd kon worden in de nieuwe stationsomgeving. Het is een totaal andere bouwstijl dus ja dat past gewoon niet. Maar ze gaan nu ook de Rijn-Gouwe lijn aanleggen, wat betekent dat ook Zoeterwoude en Hazerswoude een station krijgen. Want die Rijn-Gouwe lijn is een soort lightrail, net zoals die van Alphen naar Gouda rijdt en die kan natuurlijk veel vaker stoppen dan een echte trein. Hierdoor krijgen de kleinere plaatsen ook een stationnetje. Ik had het wel leuk gevonden als het stationsgebouw op een trailer werd gezet en dan naar zo'n nieuw stationnetje bij bijvoorbeeld Hazerswoude werd geplaatst. Daar had het gebouw best gepast qua grootte enzo, maar ja dat zal qua geld enzo allemaal wel niet te doen zijn. Wat ook leuk geweest was, was als ze het gewoon een andere functie hadden gegeven dus niet meer als stationsgebouw maar als restaurantje ofzo, maar ja één zo'n oud gebouw met een hele afwijkende bouwstijl doet vast afbreuk aan het geheel.

11. Vindt u dat de gemeente met de nieuwe plannen rekening houdt met het bestaande karakter van Alphen?

Uhm nou ja laat ik het anders formuleren, ik vind dat de gemeente op een goede manier inspeelt op het nieuwe karakter van Alphen. Het is een grote plaats geworden, en Alphen wil zich echt ontwikkelen tot een stad met een stads karakter. Daarbij past de ingrijpende verandering van het station. Het sluit ook naadloos aan op andere veranderingen in Alphen zoals het Rijnplein enzo. Als je je als gemeente zo'n sterke groei doormaakt moet je ook de voorzieningen er op aanpassen dus wat dat betreft passen de plannen voor het stationsgebied wel bij Alphen. Wat denk ik ook meespeelt is dat Alphen moet concurreren met andere steden in Groene Hart zoals Woerden en Gouda, met name op economische gebied. Alphen wil één van de belangrijke steden in het Groene Hart worden en da kan niet als alles heel kleinschalig is.

12. Heeft u de indruk dat “de gemeente” de veranderingen heeft ingezet om tegemoet te komen aan wensen van de inwoners van Alphen? Zo ja, waarom, zo nee, waarom?

Ja, dat geloof ik zeker. Ik ben er wel zeker van dat het niet voor iedereen geldt natuurlijk. Geboren Alphenaren staan volgens mij in het algemeen nogal negatief tegen alle veranderingen die er in Alphen gaande zijn. Die willen gewoon het dorpse Alphen behouden. Maar de meerderheid vindt een goede invulling van het stationsgebied wel belangrijk en in die zin komt de gemeente wel tegemoet aan wat de inwoners willen.

13. Als het gemeentelijk beleid niet tot stand is gekomen op wens van de bewoners, wat vermoedt u dan als drijfveer voor de ingrijpende veranderingen?

Wat zonder meer meespeelt is dat Alphen een belangrijke economische factor wil zijn in het Groene Hart. Economische belangen spelen dus zeker een rol, maar uiteindelijk doet de gemeente het natuurlijk wel voor de inwoners, als heel Alphen tegen is dan komt het er niet. Ik denk ook dat bedrijven die in Alphen gevestigd zijn heel blij zijn met de ontwikkelingen in het stationsgebied. Ze krijgen zo meer klanten en voor het hele economische karakter van Alphen is het positief.

14. Hoe zou u zelf de identiteit van Alphen aan den Rijn omschrijven? (is het een stad, een dorp, goed bereikbaar, juist niet, prettig wonen of juist niet etc).

Ik zou zeggen een stad in ontwikkeling of steeds minder dorp steeds meer stad. Het Groene Hart is natuurlijk ook belangrijk voor Alphen dus je zou Alphen ook kunnen omschrijven als grote stad in het Groene Hart. Je bent snel weg uit de stad, je bent snel in de polder en in het landelijk gebied dus denk dat dit wel een duidelijk kenmerk van Alphen is.

15. Welk aspect van identiteit vindt u het belangrijkste en waarom?

- ***Het historische aspect (de invloed van het verleden op een plaats).***
- ***Het fysiek- ruimtelijke aspect (geografische locatie, stedenbouwkundige structuur, architectonische kwaliteiten).***
- ***Het sociaal- ruimtelijke aspect (sociaal-culturele kenmerken van een plaats).***
- ***Het conceptuele aspect (stedelijke identiteit als marketingconcept).***

Ik denk dat het nooit 100% het één of het ander is. Maar ik denk dat primair het conceptuele perspectief het belangrijkste is, dan fysiek- ruimtelijk, dan sociaal en dan historisch. **Waarom denkt u dat primair het conceptuele perspectief het belangrijkste is?** Omdat B&W en de gemeenteraad Alphen sterk op de kaart willen zetten. Ze willen een bepaalde positie creëren binnen Groene Hart. Ze willen zich kunnen meten met bijvoorbeeld Leiden. Daar ligt ook het hele stationsgebied op de schop, waardoor Leiden nog meer allure krijgt dan dat het al heeft en Alphen wil ook

die allure uitstralen en die allure heeft het niet dus die wordt gecreëerd dus daarom denk ik dat het conceptuele perspectief het belangrijkste is.

16. Als u Alphen aan den Rijn in een reclamefolder zou moeten promoten, wat zouden daar de speerpunten zijn waarvoor u aandacht vraagt?

Ik heb zo direct geen slogan bij de hand, maar ik denk dat in die folder tot uiting moet komen dat het Alphen een stad is met veel winkels, goede verbindingen en tevens heel veel contact heeft met het groene gebied om Alphen heen. Je hebt het genot van een grote stad met alle voorzieningen maar je zit vrij snel tussen de weilanden en het groen waar je lekker kan fietsen en wandelen. Ik heb ook nog even over een slogan nagedacht.. ik zou zeggen: "Alphen woonwerk stad in het Groene Hart".

17. Voelt u zich Alphenaar? Zo ja, wat maakt dat u zich dat voelt? Verwacht u in de toekomst dat u blijft wonen in Alphen of dat u weg gaat uit Alphen? Zo ja, waarom?

Goede vraag.... ja momenteel wel, dat betekent dat ik mij er niet voor schaam als mensen vragen waar ik woon. Maar ik ben niet trots op Alphen ofzo of trots dat ik in Alphen woon, dat niet, dat is meer neutraal. Als je bijvoorbeeld Utrecht neemt, die stad is erg in bij studenten, veel mensen willen er wonen en al zeg je ik woon in Utrecht dan reageren veel mensen enthousiast, maar weinig mensen reageren enthousiast als je zegt dat je in Alphen aan den Rijn woont. Ik voel me wel verbonden met Alphen, ik ben geïnteresseerd in wat er hier allemaal gebeurt, ik ken hier veel leuke mensen en ik sport hier.

Ik denk dat we hier in de toekomst wel blijven wonen, in ieder geval zolang we dit huis hebben. Mochten we kleiner willen gaan wonen als we ouder worden dan zou ik wel in een grote stad willen wonen in een mooie hoge woontoren, waarbij je uitzicht hebt over de hele stad, een penthouse dat lijkt me wel wat.

Interview respondent 3.

1. Hoe lang bent u bekend met het stationsgebied, (hoe lang woont u in Alphen aan den Rijn?)

Uhm 20 jaar volgens mij, of 19.. oh nee ik weet het al 15 jaar.

2. Hoe herinnert u zich het stationsgebied?

Nou ik herinner me vooral het stationsgebouw. Toch echt een mooi gebouw met echt nog een loket waar je je kaartje ging kopen, dus niet bij zo'n automaat maar echt in het stationsgebouw.

3. Heeft u dat als positief of negatief ervaren ivm uw beeldvorming over Alphen aan den Rijn?

Ja het is wel een positieve herinnering, maar het is niet zo dat het echt m'n beeld over Alphen heeft beïnvloed ofzo.

4. Voelt u zich betrokken bij het stationsgebied?

Ja ik voel me er wel betrokken bij, sowieso zie ik natuurlijk elke dag ze dat er aan het werk zijn enzo. En ja het is toch mn directe leefomgeving dus als dat verandert dan voel ik me er wel betrokken bij. Ik reis ook veel met de trein naar Leiden en soms ben je net op tijd op het station maar dan gaan de slagbomen dicht. En dan sta je dus echt 10 meter bij je trein vandaan maar dan mis je hem gewoon omdat de spoorbomen dicht zijn, dat irriteert me altijd zo dus ik hoop dat het er nu wel beter op wordt zodat dit niet meer gebeurt. Maar ik weet niet precies hoe het zit met die tunnel, er komt natuurlijk zo'n tunnel voor fietsers en voetgangers maar misschien kan je via de tunnel ook wel het spoor bereiken. Dat zou wel een grote verbetering zijn want dan heb je dus niet meer dat je je trein net mist omdat je aan de verkeerde kant van de spoorbomen staat. Ik vind het wel zonde dat het stationsgebouw weg is hoor maar goed uiteindelijk zullen ze wel een betere ruimte creëren.

5. Heeft u er dagelijks mee te maken?

Ja ik heb er echt dagelijks mee te maken, ik kijk er de hele dag op uit en fiets er altijd doorheen als ik naar het dorp ga. En ik reis ook elke dag met de trein dus ik heb er wel veel mee te maken ja.

6. Wat weet u van de veranderingen rondom dit gebied?

Ik weet dat er een fietstunnel komt en dat er een grote fietsappel komt dat wordt een fietsenstalling met een fietsenmaker er onder. Ook wordt hotel Toor uitgebreid en volgens mij krijgt dat ook een nieuwe eigenaar en dan ook een andere naam.

7. Beantwoorden die veranderingen aan uw eigen behoefte?

De fietstunnel wel, die is sowieso handig dan hoef je niet telkens te wachten voor de spoorbomen. De rest niet eigenlijk, ik heb geen behoefte aan een fietsappel als fietsenstalling, überhaupt niet aan een fietsenstalling want ik ga natuurlijk lopend naar de trein, maar goed voor andere mensen is dat waarschijnlijk wel nodig.

8. Zijn er elementen die u bij voorbaat als heel positief/negatief inschat? Voor uzelf, of voor Alphen aan den Rijn?

De fietstunnel is wel positief, dan krijg je een betere doorstroming van het verkeer, met name van fietsers en voetgangers. De fietsappel zorgt voor meer fietsenstallingen dus dat is ook wel goed. Ik vind het wel zonde van het stationsgebouw hoor, de oude elementen in Alphen verdwijnen allemaal. Er komen ook nog flats, dat had ik net niet gezegd maar dat weet ik natuurlijk wel. Er komen veel hoge gebouwen en flats. Daar komen dan zowel kantoren in als woningen en appartementen. Dat is wel echt een minpunt want wij moeten nu uiteindelijk tegen

allemaal flats aankijken, terwijl we nu een mooi uitzicht hebben en straks staat er een flat voor je huis. Dus ja daar wordt je niet echt blij van, ook had de gemeente gezegd dat het niet hoger zou worden dan 4 verdiepingen maar ik hoorde nu al dat ze toch 7 hoog worden en sommige zelfs 15 hoog, nou ja dat is natuurlijk wel belachelijk om dat zo voor deze woningen te plaatsen.. maar goed we moeten maar even afwachten of dat ook wel echt gebeurt natuurlijk want ja met die economische crisis weet je ook niet hoe alles gaat lopen. Je kan dan wel allemaal nieuwe gebouwen gaan bouwen maar als er niemand wil wonen of er zijn geen bedrijven die zich daarin willen vestigen dan is het ook allemaal voor niks geweest.

9. Zullen de veranderingen een beeldbepalende invloed hebben op Alphen aan den Rijn? Zo ja, hoe dan? Positief/ negatief? Verandert hierdoor het karakter van Alphen aan den Rijn?

Ja, wat ik net ook al zei, alle oude elementen verdwijnen uit Alphen, het is allemaal nieuwbouw dus dat is wel echt een beeldbepalende verandering. Dat is echt een negatief punt, het lijkt nu net of ik mezelf tegenspreek maar de tunnel vind ik wel echt een positieve ontwikkeling en ik denk heel veel mensen maar over het algemeen niet hoor. Alleen maar modern is niet mooi. Hoe ze nu bezig zijn met het station past wel bij andere ontwikkelingen in Alphen, het wordt meer een stad, ze willen tenminste meer een stad zijn. **En wat vindt u daarvan?** Ik vind dat zeker niet positief, want Alphen is gewoon geen stad en dat gaat het ook nooit worden, het blijft gewoon een dorp maar de gemeente wil maar meer en meer en groter en groter maar je kan niet iets creëren wat er nooit geweest is.

10. Vindt u dat het oude stationsgebouw historische waarde had voor Alphen aan den Rijn? Wat vindt u ervan dat het gesloopt is?

Ja dat heb ik natuurlijk al aangegeven. Het oude stationsgebouw had zeker historische waarde. Ik vind het heel jammer dat het gesloopt is, en volgens mij vinden heel veel mensen dat want het was best een bijzonder gebouw voor Alphen en ik denk dat veel mensen er wel een bepaalde herinnering bij hadden ofzo net zoals ik.

11. Vindt u dat de gemeente met de nieuwe plannen rekening houdt met het bestaande karakter van Alphen?

Nee helemaal niet, ze willen Alphen anders maken dan dat het was, ze willen een beeld van de grote stad creëren en dat past niet bij Alphen.

12. Heeft u de indruk dat “de gemeente” de veranderingen heeft ingezet om tegemoet te komen aan wensen van de inwoners van Alphen? Zo ja, waarom, zo nee, waarom?

Moeilijk.... Misschien gedeeltelijk, ik weet niet hoe iedereen er over denkt. Ik denk dat een groot gedeelte het wel zonde vind dat al het oude van Alphen verdwijnt en dat het allemaal modern moet. Dus wat dat betreft niet, en bijvoorbeeld een fietsenstalling willen de inwoners wel, maar dat hoeft heus niet zo'n duur en apart ding te zijn, dat is nergens voor nodig dat doet de gemeente denk ik voor economische belangen. Ik denk dat de bewoners blijer zijn met een directe spoorverbinding met bijvoorbeeld Amsterdam en Den Haag. Als je dan toch het hele station gaat verbouwen doe dat soort praktische dingen dan ook gelijk. Dat zou echt een grote verbetering zijn voor veel mensen, maar de gemeente heeft meer oog voor het uiterlijk van het stationsgebied of het allemaal wel modern is enzo maar ik denk niet dat de inwoners dat heel belangrijk vinden.

13. Als het gemeentelijk beleid niet tot stand is gekomen op wens van de bewoners, wat vermoedt u dan als drijfveer voor de ingrijpende veranderingen?

Ja dan denk ik wel economische belangen, ze willen meer doen met weinig ruimte, ze willen de ruimte laat maar zeggen beter benutten. Het wordt dan een centrale ruimte

met allemaal kantoren enzo en doordat het allemaal bij het station is, is het makkelijk te bereiken. En dan komen er meer bedrijven en meer klanten en meer werkgelegenheid dus ja dat is allemaal wel goed voor Alphen.

14. Hoe zou u zelf de identiteit van Alphen aan den Rijn omschrijven? (is het een stad, een dorp, goed bereikbaar, juist niet, prettig wonen of juist niet etc.).

Uhm ja moeilijke vraag hoor.. nu is het echt nog wel een dorp, maar die verdwijnt wel steeds meer door hetgeen waar ze nu mee bezig zijn. Het verandert nu meer naar een stad, dus ja ik vind het moeilijk om dat te zeggen, ik denk dat het er gewoon een beetje tussenin zit.

15. Welk aspect van identiteit vindt u het belangrijkste en waarom?

- *Het historische aspect (de invloed van het verleden op een plaats).*
- *Het fysiek- ruimtelijke aspect (geografische locatie, stedenbouwkundige structuur, architectonische kwaliteiten).*
- *Het sociaal- ruimtelijke aspect (sociaal-culturele kenmerken van een plaats).*
- *Het conceptuele aspect (stedelijke identiteit als marketingconcept).*

Ik zit een beetje te twifelen over de laatste twee, Alphen is best een sociale stad in de zin van dat veel mensen elkaar kennen en elkaar groeten enzo, en dat beïnvloedt natuurlijk wel de sfeer in de stad. Maar het conceptuele identiteitsbegrip is zeker ook van toepassing op Alphen, Alphen wil zichzelf op de kaart zetten, ze willen iets betekenen in Nederland. Al die dingen die ze doen, doen ze ook om mensen te trekken zoals bijvoorbeeld het Rijnplein, en de aanleg van nieuw station met allemaal kantoren.

16. Als u Alphen aan den Rijn in een reclamefolder zou moeten promoten, wat zouden daar de speerpunten zijn waarvoor u aandacht vraagt?

Haha, ja goede vraag hoor. Ik zou er in ieder geval wel inzetten dat het goed bereikbaar is, dat het een gemeente is met uitgaansgelegenheid en dan bedoel ik eigenlijk uitstapjes zoals Avifauna en Archeon. Ook dat het een groeiende gemeente is en echt een gezinsstad. Je ziet toch dat veel mensen van buiten Alphen toch naar Alphen komen omdat het prettige stad is voor de kinderen, niet te groot en niet te klein en veilig enzo. Als je kijkt in die nieuwe wijken dan wonen er echt allemaal dertigers met kleine kinderen. Ik denk ook dat dat wel komt omdat de prijzen voor een eengezinswoning toch nog lager liggen dan in Leiden of Utrecht ofzo, dus dan gaan ze toch maar hier wonen en dan kunnen ze daar wel blijven werken want de afstand is goed te doen.

17. Voelt u zich Alphenaar? Zo ja, wat maakt dat u zich dat voelt? Verwacht u in de toekomst dat u blijft wonen in Alphen of dat u weg gaat uit Alphen? Zo ja, waarom?

Nou nee, ik voel me geen Alphenaar, ik blijf hier niet mn hele leven wonen. Ik voel me ook niet echt verbonden met Alphen. Ik voel me ook niet verbonden aan iets anders ofzo maar ook niet aan Alphen, zo bijzonder is Alphen nou ook weer niet, ik heb hier ook geen familie wonen ofzo. Het is niet dat ik echt weg wil maar al krijg ik ergens anders werk dan ga ik gewoon daar wonen, lekker makkelijk toch.

Interview respondent 4.

1. Hoe lang bent u bekend met het stationsgebied, (hoe lang woont u in Alphen aan den Rijn?)

We wonen 23 jaar in Alphen.

2. Hoe herinnert u zich het stationsgebied?

Ja ik herinner me gewoon zoals het was, gewoon goed genoeg, prima, handig met de bussen naast het station. Nu moet je 10 tot 15 minuten lopen voor het busstation dus dat is erg onhandig. En het was ook leuk met een bloemenwinkeltje en fietsenstalling en ja het was gewoon een praktisch station.

3. Heeft u dat als positief of negatief ervaren ivm uw beeldvorming over Alphen aan den Rijn?

Ja wel positief. Ik denk dat het zoiezo fijn is als je een station hebt in je woonplaats, niet dat je in een klein dorpje woont en altijd eerst nog een heel eind met bus of auto moet voordat met de trein kan reizen, dus dat Alphen een station had was voor mij wel een pluspunt.

4. Voelt u zich betrokken bij het stationsgebied?

Nee, niet in het bijzonder. Nu we hier wonen ben je er wel meer betrokken bij maar meer in de zin van dat je ze de hele dag hoort bouwen. We hebben er veel overlast van, heel vaak is de straat afgesloten, en dan ben je daar net aan gewend en dat wordt er weer iets anders afgesloten. Dus ik weet wel wat er hier allemaal gaande is enzo en waar ze bezig zijn maar dat komt omdat ik het elke dag zie en hoor maar niet omdat ik me er echt betrokken bij voel. Ik moet ook zeggen dat ik zelf bijna nooit met de trein reis dus dat zal ook wel schelen.

5. Heeft u er dagelijks mee te maken?

Ja nu wel, de kiss en ride is hier voor deur. Heel vreemd vind ik dat, het is dan alsnog 10 minuten lopen naar het spoor dus ik denk dan van waarom maken ze dat niet dichterbij en waarom hier pal bij de bewoners voor deur. En ja zoals ik al zei het is niet dat ik vaak met de trein reis ofzo dus in die zin heb ik er niet dagelijks mee te maken maar wel door de overlast die het geeft. Met name dat de straat vaak is afgesloten en we niet bij ons huis kunnen parkeren enzo

6. Wat weet u van de veranderingen rondom dit gebied?

Dat het heel grootschalig is, dat het heel lang duurt allemaal, dat het ongeorganiseerd is, tenminste dat lijkt zo. Het lijkt alsof ze alles tegelijk doen en niets afmaken. Het is altijd een puinhoop, overal is het modderig en staan er hekken en troep, het is een grote bouwput. En als je net aan het ene gewend bent dan komt er weer iets anders. Dan is dat weer afgezet en dan weer iets anders soms wordt je er wel gek van hoor. En ik denk dan ook van maak eerst eens iets af voordat je weer iets anders overhoop haalt, dan ziet het er veel netter uit en is het voor de gebruikers van het station ook veel handiger. Ik weet niet of je dat gezien heb maar die mensen die naar Gouda moeten vanaf spoor 4, moeten nu helemaal omlopen, midden door die bouwput heen, echt een hele rare situatie. En ja het is dan wel allemaal tijdelijk maar ja je weet hoe dat gaat met bouwprojecten het loopt altijd uit hier in Nederland dus het zal voorlopig nog wel een bouwput blijven die veel overlast bezorgt. **Oke en weet u ook concrete gebouwen bijvoorbeeld die hier komen?**

Ja de tunnel, de fietsappel en al die kantoren natuurlijk. Ik denk dat die gemeente die kantoren bouwt omdat ze hopen dat het goed is voor de werkgelegenheid binnen Alphen. Nu werken veel mensen natuurlijk buiten Alphen waardoor het hier op een doordeweekse dag nogal saai is, en het leidt tot veel files enzo. Als je dan meer

werkgelegenheid binnen je eigen gemeente hebt dan heb je minder files en is het ook doordeeweeks wat levendiger enzo.

7. Beantwoorden die veranderingen aan uw eigen behoefte?

Haha nee hoor, ik zit echt niet te wachten op meer hoogbouw.

8. Zijn er elementen die u bij voorbaat als heel positief/negatief inschat? Voor uzelf, of voor Alphen aan den Rijn?

Ja de tunnel is wel echt een aanwinst en verder zal de tijd het moeten leren. Misschien dat iedereen het over 10 jaar wel heel mooi vindt hier en dat de werkgelegenheid in Alphen gegroeid is maar ik vraag me wel af of het allemaal wel zo groots moet. Ze investeren heel veel geld in dit plan en dat geld zouden ze beter ergens anders in kunnen investeren waar meer behoefte aan is zoals aan een goede uitweg bij Burggooi zodat de verkeersontsluiting beter geregeld is. Want als je die weg bij Burggooi doortrekt zit je zo op de N11 nou dat is ideaal natuurlijk. Nu moet al het verkeer hierlangs en het staat altijd vast. Maar ja ik weet wel waarom die weg bij Burggooi niet wordt doorgetrokken, die inwoners van Burggooi willen niet al dat verkeer door hun wijk heen en omdat daar veel rijke invloedrijke Alphenaren wonen gebeurt dat dan ook niet. Dat is echt Alphen hoor dat bepaalde grote ondernemers hier zoveel macht hebben. Misschien is dat wel dorps, van ons kent ons en vriendjespolitiek enzo.

9. Zullen de veranderingen een beeldbepalende invloed hebben op Alphen aan den Rijn? Zo ja, hoe dan? Positief/ negatief? Verandert hierdoor het karakter van Alphen aan den Rijn?

Nou voor mijzelf niet, voor mij verandert Alphen er niet echt door hoor, ik denk dat we daar hier veel te nuchter voor zijn. En ik denk ook niet dat je door de omgeving te veranderen de mensen verandert. De mensen blijven gewoon dezelfde nuchtere mensen met een dorps mentaliteit, dat verandert niet door het bouwen van grote moderne gebouwen.

10. Vindt u dat het oude stationsgebouw historische waarde had voor Alphen aan den Rijn? Wat vindt u ervan dat het gesloopt is?

Ja ik denk dat het wel echt historische waarde had, het gebouw staat ook op allerlei oude foto's en kaarten van Alphen omdat het denk ik toch wel een karakteristiek gebouwtje was voor Alphen. Erg jammer dat het gesloopt is.

11. Vindt u dat de gemeente met de nieuwe plannen rekening houdt met het bestaande karakter van Alphen?

Nee helemaal niet, al die vreselijke gebouwen die ze de laatste jaren gebouwd hebben en de komende jaren willen bouwen is alleen maar imagemakerij die gebouwen hebben niets met Alphen te maken en passen er helemaal niet bij. Het zijn architectonische hoogstandjes die ze alleen maar bouwen om te scoren naar buiten toe. Neem bijvoorbeeld het gemeentehuis, nou ik denk dat geen enkele Alphenaar dat mooi vindt, of er blij mee is of dat wilde. Dat wil de gemeente gewoon, die wil zich daardoor op de kaart zetten ofzo. Ik weet ook niet hoe dat werkt enzo, of ze dan denken dat als ze meer moderne en hoge gebouwen hebben dat ze daar iets mee bereiken ofzo. Ik zou ook niet weten wat hoor, misschien de economie maar ja ik weet niet of dat echt zo is en of dat weleens onderzocht is van of je als gemeente wanneer je veel hoge gebouwen bouwt en aparte architectuur gebruikt enzo of je economie dan groeit. Haha nou dat lijkt me wel raar, dat zou je ook weleens kunnen onderzoeken. Het is toch vreemd allemaal hè, wat willen ze er nou mee bereiken. Ze doen het voor de buitenwereld, niet voor de Alphenaren, dus wat willen ze laten zien dan.. van nou wij hebben veel moderne architectuur.. dusss.. ja dus wat, zijn we een goede gemeente? Een rijke gemeente? Ik zou het echt niet weten waarom ze dat

allemaal bouwen, volgens mij vindt niemand het mooi en zit er niemand op te wachten.

12. Heeft u de indruk dat “de gemeente” de veranderingen heeft ingezet om tegemoet te komen aan wensen van de inwoners van Alphen? Zo ja, waarom, zo nee, waarom?

Nee, beslist niet het zijn hun eigen wensen die vertaald zijn naar een groot station. Het station is geen drukke overstapplaats ofzo, het is gewoon een klein stationnetje dat alleen door Alphenaren wordt gebruikt en ook nog eens alleen in de spits. Voor die paar studenten en mensen die met de trein naar hun werk gaan hoef je niet zo'n groot station te bouwen met alles er op en er aan, winkels enzo. Als je kijkt naar Utrecht ofzo is dat handig, dat is een groot overstapstation, daar moeten mensen soms een half uur op de trein wachten en dan is het fijn als je ergens een broodje kan kopen enzo maar ja hier is dat niet het geval. En een groot station gebouw is ook niet nodig want alles gaat tegenwoordig toch automatisch met die kaartautomaten en de OV chipkaart. En wat bijvoorbeeld nu wel slecht is, als het regent kan je nergens overdekt wachten, maar ja dan zouden ze ook wel gewoon een simpele overkapping kunnen maken denk ik dan.. maar ja ik denk ook maar gaan praktisch hoor. Dat zou veel geld besparen en daar zouden ze dan iets nuttigs mee kunnen doen. Wat ik bijvoorbeeld ook raar vind is dat nu wel het hele station verandert maar de verbindingen worden niet beter. Ze zouden nu ook een spoor kunnen aanleggen naar Amsterdam of Rotterdam, zodat je niet altijd hoeft over te stappen in Leiden en Utrecht. Ik denk dan van ja investeer daar eens geld, dat is praktisch, daar hebben mensen wat aan en daar zijn ze ook blij mee.

13. Als het gemeentelijk beleid niet tot stand is gekomen op wens van de bewoners, wat vermoedt u dan als drijfveer voor de ingrijpende veranderingen?

Ja absoluut prestige naar buiten toe. Zo van kijk eens wat wij hier doen en hoe leuk en goed we zijn. Maar ja het lijkt wel of alle steden dat tegenwoordig hebben hoor, als je kijkt naar Leiden en Utrecht en Rotterdam en Amsterdam overal gaan ze het station veranderen. Net alsof zo is van hoe groter het station hoe belangrijker de plaats. Of bijvoorbeeld in Twente willen ze nu een groot vliegveld bouwen, ja dat is denk ik ook zoiets gewoon prestige naar buiten toe. Maar ja ik denk zeker in tijden van economische crisis dat het allemaal overbodige luxe is en dat ze geld aan belangrijkere zaken moeten besteden. Hier in Alphen bijvoorbeeld aan het ziekenhuis. Alphen is nu best een grote gemeente maar het ziekenhuis stelt niks voor, we hebben niet eens een eerste hulp, nou ja dat is toch wel te gek voor een plaats met bijna 75.000 inwoners. Je moet dus altijd voor alles naar Leiden toe. Ik werk bij de thuiszorg en die mensen die vaak langdurig ziek zijn en slecht ter been zijn moeten dan elke keer naar Leiden toe, nou dat is erg slecht vind ik. Dus investeer dan dat geld in een goed volwaardig ziekenhuis daar is denk ik veel meer behoefte aan dan aan een luxe station.

14. Hoe zou u zelf de identiteit van Alphen aan den Rijn omschrijven? (is het een stad, een dorp, goed bereikbaar, juist niet, prettig wonen of juist niet etc.).

Toch wel een groot geworden dorp met te weinig winkels en teveel huizen en te weinig huisvesting voor jongeren maar wel midden in het groen. Ik kom uit Rotterdam dus Alphen blijft voor mij gewoon een dorp. Ik vind Alphen een dorp met te weinig supermarkten en ook te weinig diversiteit aan supermarkten. Maar ja dat komt door meneer Hoogvliet, dat is een Alphense ondernemer dus heeft die veel macht. We hebben dus in Alphen een stuk of 5 Hoogvliets en dan 2 Albert heijns en een c1000. Nou ja dat is toch niet normaal, dat is veel te weinig voor Alphen,, en zeker in Kerk en Zanen heb je maar één supermarkt, uiteraard de Hoogvliet. Nou op vrijdag wil je daar echt niet komen hoor, het is dan zo gigantisch druk, maar de Aldi wil zich hier al een tijd vestigen maar dat wordt de hele tijd tegen gewerkt vanuit de gemeente en vanuit

meneer Hoogvliet. Die is natuurlijk bang voor concurrentie, want volgens mij heeft die er ook al voor gezorgd dat de Lidl zich niet in Alphen kon vestigen. Maar ja het is toch te gek voor woorden dat zo'n man er voor kan zorgen dat er geen Aldi komt, geen Lidl, geen Dirk van der Broek, geen Super de Boer.. alleen maar Hoogvliet. Nu bij de Baronie wordt er van alles gebouwd daar komt dus ook weer een Hoogvliet. Eerst was er sprake dat de Aldi daar zou komen maar nu komt er toch weer een Hoogvliet.. erg verassend. Ik denk dan als je je als plaats wilt meten met de grote steden doe dan eerst hier iets aan, aan die dorpse mentaliteit van ons kent ons en we willen alleen Alphenese ondernemers, dat is echt uit de tijd lijkt mij.

15. Welk aspect van identiteit vindt u het belangrijkste en waarom?

- ***Het historische aspect (de invloed van het verleden op een plaats).***
- ***Het fysiek- ruimtelijke aspect (geografische locatie, stedenbouwkundige structuur, architectonische kwaliteiten).***
- ***Het sociaal- ruimtelijke aspect (sociaal-culturele kenmerken van een plaats).***
- ***Het conceptuele aspect (stedelijke identiteit als marketingconcept).***

Dat marketing, die laatste daar doen ze heel veel aan, maar zelf denk ik dat de inwoners de identiteit van een plaats bepalen. Maar die laatste ja dat gebeurt hier wel hoor, Alphen op kaart zetten door architectonische dingen te bouwen enzo maar ja zoals ik zei ik denk niet dat door het bouwen van hoge moderne gebouwen de mentaliteit van de inwoners verandert, ik denk dat Alphenaren gewoon nuchter en dorps blijven, dus dat de inwoners de identiteit van de stad bepalen.

16. Als u Alphen aan den Rijn in een reclamefolder zou moeten promoten, wat zouden daar de speerpunten zijn waarvoor u aandacht vraagt?

In het Groene Hart, veel wandel en fiets mogelijkheden. Ik vind ons beslist geen winkelstad, de huizen staan veel te dicht op elkaar. Er is te weinig ruimte voor kinderen en al helemaal geen ruimte voor huisdieren. Er zijn veel te weinig hondenuitlaatplaatsen, als je hier woont bijvoorbeeld nou dan moet je helemaal naar het Europapark, nou voordat je daar bent heeft je hond het al minstens 26 keer gedaan haha. Nou verder zijn er geen goede uitvalswegen maar ja dit zijn eigenlijk allemaal negatieve dingen. Maar wat ik als positieve punten in een folder zou zetten zou dan zijn Alphen in het Groene Hart, en centraal tussen Rotterdam en Amsterdam.

17. Voelt u zich Alphenaar? Zo ja, wat maakt dat u zich dat voelt? Verwacht u in de toekomst dat u blijft wonen in Alphen of dat u weg gaat uit Alphen? Zo ja, waarom?

Nee ik voel me geen Alphenaar ik zal altijd een Rotterdamse blijven maar wel met een Alphens hart. Ik zou niet meer terug willen naar Rotterdam. Als ik al zou gaan verhuizen zou ik meer landelijk willen wonen. Maar ik denk dat mijn kinderen zich wel Alphenaren voelen hoor, mijn zonen zijn hier allebei geboren en opgegroeid dus ja die voelen zich wel Alphenaar. Ik denk dat we hier in de toekomst wel blijven, we wonen nu al lang in Alphen, mijn kinderen wonen hier en we wonen hier wel prima. We hebben op meerdere plekken in Alphen gewoond. Eerst woonden we ook vlakbij het station maar toen gingen we verhuizen naar de Smaragdstraat in Alphen- Noord en in die tijd dat ik daar woonde kreeg ik een vrij ernstig auto ongeluk. Ik kon toen zelf niet meer autorijden en moest toen dus wel steeds met het openbaar vervoer en de trein en toen merkte ik wel dat het erg vervelend is als je dan zover van het station vandaan woont. Ik moest dan altijd eerst lopend naar de bus, dan met de bus, en dan lang wachten op mijn trein, want die aansluitingen zijn erg slecht. Dus dat was best vervelend, en nu mag ik zelf weer autorijden en ga ik bijna nooit meer met de trein maar toch vind ik wel het prettig om op loopafstand van het station te wonen. Ook als mijn moeder komt bijvoorbeeld, die heeft geen auto en komt altijd met de trein, dan hoeft ze nog maar een klein stukje te lopen voordat ze bij mij is, en dat is toch wel handig.

Interview respondent 5.

1. Hoe lang bent u bekend met het stationsgebied, (hoe lang woont u in Alphen aan den Rijn?)

40 jaar. **Woont u 40 jaar in Alphen?** Nee dat niet, we wonen nu 10 jaar in Alphen. Vroeger woonde ik in Bodegraven maar toen maakte ik ook al gebruik van het station hier.

2. Hoe herinnert u zich het stationsgebied?

Uhm ja ik herinner me het als een klein landelijk stationnetje. Gewoon simpel maar wel leuk en prima.

3. Heeft u dat als positief of negatief ervaren ivm uw beeldvorming over Alphen aan den Rijn?

Uhm niet persé positief of negatief, gewoon neutraal. Het heeft geen bijzondere indruk op me gemaakt ofzo, nee dat niet.

4. Voelt u zich betrokken bij het stationsgebied?

Ja zeker, als direct aanwonende kan dat niet anders. Ik kijk er de hele dag naar, ik zie het elke dag, ik loop er elke dag. Ik weet ook alles wat hier gebeurt, ik heb alle plannen grondig gelezen en ik vind het helemaal niks. Ik heb ook bezwaar ingediend bij de gemeente tegen de plannen maar ja daar wordt niks mee gedaan. Als gewone burger heb je hier in Alphen niks te zeggen hoor. We woonden eerst in Alphen-Noord en wilden nooit in Kerk en Zanen wonen omdat hier alles zo hutje mutje op elkaar staat, maar toen we dit huis zagen aan de rand met vrij uitzicht dachten we toch van ja we gaan ervoor. En zodra we hier kwamen wonen hoorde we dat er hoge flats voor ons huis gebouwd gingen worden, ja daar gaat je vrije uitzicht, en niet alleen dat, omdat er zoveel mensen bij komen, komen er ook meer auto's wat leidt tot verkeersoverlast en fijnstofoverlast. Nou ja ik wil niet de hele dag tussen de uitlaatgassen zitten en ik wil ook niet dat mijn kinderen gezondheidsproblemen krijgen door die fijnstof dus daar hebben we toen een zaak tegen gespannen. Weet je, de Europese Unie heeft hele strenge regels wat betreft fijnstofnormen enzo, en hier zit je er dus flink boven, dus ik dacht ik sta in mijn recht weet je wel, die regels zijn er niet voor niks. Maar ja de gemeente zei dat achter Burggooi een grote polder is waardoor die de fijnstof hier een soort van compenseert, dat slaat dus helemaal nergens op maar ja we hebben die zaak wel verloren.

5. Heeft u er dagelijks mee te maken?

Ja, zoals ik net ook al zei omdat ik er de hele dag op uitkijk en het hoor en omdat ik er overheen moet. De crèche van mijn kinderen is aan de andere kant van het spoor dus ik kom dagelijks op het station. **Reist u ook met de trein?** Nee dat niet, bijna nooit in ieder geval.

6. Wat weet u van de veranderingen rondom dit gebied?

Haha ja ik denk dat ik alles wel weet, maar ja ik zal wel niet echt alles weten maar wel bijna alles in ieder geval heel erg veel. **Oke, kunt u wat voorbeelden geven?** Haha ja nou ja wat wil je weten ik weet echt alles, heb alles gelezen, heb vaak gesprekken gehad met gemeente en met de projectleider van het stationsgebied. Ik weet dat er heel veel gebouwd wordt, dat er hoge flats en kantoren komen pal voor mijn huis, dat het heel lang duurt en voor veel overlast zorgt. Ik weet dat de gemeente niet naar de inwoners luistert, ze doen precies wat ze zelf willen en wij zitten met de gebakken peren.

7. Beantwoorden die veranderingen aan uw eigen behoefte?

Haha aan mijn eigen behoefte? Nee bepaald niet. Ik zit hier totaal niet op te wachten en ik denk niemand niet. Neem bijvoorbeeld de parkeeroverlast. Waar nu woningen en appartementen staan was eerst een parkeerplaats. Mensen die gebruik maakten van de trein konden daar hun auto gratis parkeren, maar ja dat levert de gemeente natuurlijk geen geld op dus die hebben daar nu woningen gebouwd waardoor ze meer OZB belasting vangen. Doordat die parkeerplaats is verdwenen parkeren nu al die mensen hier hun auto voor deur. Dit bezorgt veel overlast en we kunnen zelf onze auto niet meer kwijt, dus wat doet de gemeente ze voeren parkeervergunningen in, kunnen ze weer lekker geld verdienen. Dus de gemeente creëert zelf parkeeroverlast en dan gaan ze daar achteraf geld voor vragen. Ja en wat denk je van die hoge flats, er zitten er bij 12 verdiepingen en 18 verdiepingen hoog, hier pal voor mijn huis, en iets verderop komt er één van 23 verdiepingen nou daar zit echt niemand op te wachten.

8. Zijn er elementen die u bij voorbaat als heel positief/negatief inschat? Voor uzelf, of voor Alphen aan den Rijn?

Nou er zijn zowel positieve als negatieve elementen, positief vind ik de onderdoorgang onder het spoor. Dit is een grote verbetering, ik denk dat het veiliger is en dat het verkeer beter doorstroomt. Verder zijn er heel veel negatieve punten, ongeveer alles eigenlijk. **Oke, kunt u een voorbeeld geven?** Ja bijvoorbeeld het toegenomen bewonersaantal en de ontoereikende infrastructuur. We wonen hier pal aan de Aziëlaan wat één van de belangrijkste uitvalswegen is van Kerk en Zanen. Kerk en Zanen is zo gegroeid en de infrastructuur is niet mee gegroeid. Het staat hier dan ook in de spits helemaal vast en al het toegenomen verkeer leidt ook tot fijnstof overlast. En verder is bouwoverlast in het algemeen natuurlijk negatief en de zichtbeperking. Jarenlang hadden we hier vrij uitzicht en straks staan hier torenhoge flats. De mensen die daar wonen kijken dan pal bij ons en bij iedereen die hier woont naar binnen. En die bouwoverlast duurt ook jaren en jaren, dan is de weg weer afgesloten, dan zijn er weer omleidingen er is altijd wel wat, en altijd hoor je dat heien, dus ja dat is geen pretje.

9. Zullen de veranderingen een beeldbepalende invloed hebben op Alphen aan den Rijn? Zo ja, hoe dan? Positief/ negatief? Verandert hierdoor het karakter van Alphen aan den Rijn?

Ja dat wel, als je nu Alphen binnenkomt per spoor of een andere hoofdas zoals de Prins Bernardlaan dan is het hoogste wat je ziet het gebouw van Kluwer is, nou dat is is 7 hoog. Nu komen er flats van 12 tot 18 hoog, grote hoge blokken dus dat is een aanzienlijke zichtverandering. **Denkt u dat het karakter van Alphen hierdoor veranderd?** Uhm nee, ik denk dat het karakter niet zo zeer verandert, de gemeente kan alles proberen maar ja Alphen blijft gewoon een slaapdorp.

10. Vindt u dat het oude stationsgebouw historische waarde had voor Alphen aan den Rijn? Wat vindt u ervan dat het gesloopt is?

Ja het had zonder meer historische waarde. Ik vind het erg jammer dat het gesloopt is, ik denk veel mensen in Alphen hoor, het was toch een bijzonder gebouwtje.

11. Vindt u dat de gemeente met de nieuwe plannen rekening houdt met het bestaande karakter van Alphen?

Nee, door de toename van bewoners is ook het autoverkeer sterk toegenomen. Alphen is natuurlijk echt een forenzenstad en nu met al die inwoners is het autoverkeer zo toegenomen in Alphen en de infrastructuur hier is daar niet op berekend. Overal rijden nu auto's en de uitvalswegen staan in de spits altijd vast en er zijn grote parkeerproblemen door al die auto's en dat tast het dorpse karakter aan.

12. Heeft u de indruk dat “de gemeente” de veranderingen heeft ingezet om tegemoet te komen aan wensen van de inwoners van Alphen? Zo ja, waarom, zo nee, waarom?

Nee absoluut niet, ik weet zeker dat het om twee zaken gaat namelijk meer OZB belasting voor de gemeente en het is de wil van projectontwikkelaars, maar er is geen bewoner die dit wil. Als je bijvoorbeeld kijkt naar al die kantoren die hier komen, dat slaat natuurlijk nergens op. Dat is gewoon de wil van projectontwikkelaars, de gemeente zegt dan ja dat is goed voor de werkgelegenheid, maar ja niet voor de Alphenaren natuurlijk. Je ziet het al aan Kluwer, Ze bouwen die kantoren bij het station zodat de werknemers met de trein naar hun werk kunnen, wat betekent dat die mensen dus niet uit Alphen komen. Dus al die nieuwe kantoren leiden heus niet tot meer werkgelegenheid voor Alphenaren zelf. En ook al die andere veranderingen in Alphen zoals bij het Thorbeckeplein, en die containerterminal enzo dat is ook niet omdat de inwoners dat graag willen, de gemeente wil dat gewoon graag. Om de één of andere reden wil de gemeente hier gewoon alles veranderen maar ik denk dat de bewoners daar niet op zitten te wachten en blij waren met Alphen zoals het was.

13. Als het gemeentelijk beleid niet tot stand is gekomen op wens van de bewoners, wat vermoedt u dan als drijfveer voor de ingrijpende veranderingen?

Ja zoals ik net al zei, OZB belasting, alles draait om geld en financiën. Volgens mij is het ook zo dat een gemeente subsidie krijgt van de provincie of het rijk qua inwoneraantal. Dus ja hoe meer inwoners hoe meer geld voor de gemeente dus de gemeente wil wel dat hier meer woningen komen, maar de inwoners zitten daar niet op te wachten maar ja de belangen van de bewoners zijn niet leidend voor de veranderingen hier.

14. Hoe zou u zelf de identiteit van Alphen aan den Rijn omschrijven? (is het een stad, een dorp, goed bereikbaar, juist niet, prettig wonen of juist niet etc.).

Slaapdorp. **Aha oke.. kunt u dit toelichten?** Uhm haha ja een uit de kluiten gewassen dorp. Alphen is echt een forenzenstadje, overdag is het hier uitgestorven, de meeste mensen werken buiten Alphen en komen hier alleen om te slapen eigenlijk. Alphen wil wel graag een stad zijn maar ja dat zie ik voorlopig niet gebeuren. Ik denk dat het een beetje een voorstadje wordt van Den Haag en Utrecht.

15. Welk aspect van identiteit vindt u het belangrijkste en waarom?

- **Het historische aspect (de invloed van het verleden op een plaats).**
- **Het fysiek- ruimtelijke aspect (geografische locatie, stedenbouwkundige structuur, architectonische kwaliteiten).**
- **Het sociaal- ruimtelijke aspect (sociaal-culturele kenmerken van een plaats).**
- **Het conceptuele aspect (stedelijke identiteit als marketingconcept).**

Uhm ik denk een combinatie van de eerste drie maar ik denk wel dat het fysiek-ruimtelijke perspectief dan het belangrijkste is. De laatste, wat was dat ook alweer? **Conceptueel, dat is dat de identiteit van de een stad bepaalt wordt door een bepaalde marketingstrategie.** Oh ja, nou dat denk ik helemaal niet.

16. Als u Alphen aan den Rijn in een reclamefolder zou moeten promoten, wat zouden daar de speerpunten zijn waarvoor u aandacht vraagt?

Nou op dit moment heb ik daar geen positief woord voor. Vroeger zou ik dat wel hebben gehad hoor, de reden dat ik hier 10 jaar geleden ben komen wonen is de geografische locatie en het dorpse karakter. Alle voorzieningen en grote steden zijn redelijk goed bereikbaar en het groen. Alphen ligt in het Groene Hart, mijn vrouw en ik houden van de natuur, van fietsen, wandelen en we zijn echte vogelaars. Nou hiervandaan zit je zo in de polder waar je nog kieviten, grutto's en allerlei weidevogels kan zien. Alphen was echt heel mooi, met een mooie omgeving. Ook hier voor mijn

huis waar ze nu dus gaan bouwen was een groenstrookje waar bramenstruiken groeiden en er liepen kippen en er zaten ook vogeltjes. Maar ja nu kan ik weinig positiefs meer verzinnen, dus ja ik zou niet weten wat ik in folder zou zetten.

17. Voelt u zich Alphenaar? Zo ja, wat maakt dat u zich dat voelt? Verwacht u in de toekomst dat u blijft wonen in Alphen of dat u weg gaat uit Alphen? Zo ja, waarom?

Nee ik voel me geen Alphenaar en ik blijf hier in de toekomst zeker niet wonen. Je hebt vast wel het te koop bord in mijn tuin zien staan he, jaja mijn huis staat te koop. We willen echt weg hier. We zijn hier helemaal klaar. We zijn helemaal murw geworden door de gemeente hier die totaal niet naar je luistert. En we willen niet in een stedelijke omgeving wonen met hoge flats voor ons huis en dat we de hele dag tussen uitlaatgassen en verkeerslawaaï zitten. **Oke, waar wilt u dan gaan wonen?** Ja Groningen of Drenthe, in ieder geval het platteland, met name dus vanwege het ruimtelijke aspect. We willen meer ruimte en groen. En we willen hier gewoon weg, we hebben zoveel tijd en energie gestoken om deze plannen tegen te houden, handtekeningacties, bezwaarschriften, meerdere procedures aangespannen maar ja we hebben alles verloren, we zijn uitgeprocedeerd. Er wordt hier in Alphen totaal niet naar de burgers geluisterd, de gemeente houdt wel inspraakavonden enzo maar ja dat is gewoon voor de show, de plannen staan al lang vast. Er zitten dan wat wethouders, die laten je verhaal doen en ze knikken wat maar ze luisteren niet echt en ze doen er al helemaal niks aan want ze doen gewoon wat ze zelf willen en waar ze het meeste geld voor krijgen. En heel veel mensen hier op dit rijtje hebben bezwaar gemaakt maar ja die bezwaren gaan van de ene stapel naar de andere stapel en uiteindelijk worden ze allemaal afgewezen. Maar er waren ook ondernemers die bezwaar hadden gemaakt dat het allemaal niet groot genoeg was enzo en die ondernemers zijn tegemoet gekomen. Dus de bezwaren van de bewoners worden allemaal keurig afgewezen en die van ondernemers worden aangenomen en ja dat gaat allemaal om geld hè, uiteindelijk gaat alles gewoon om geld. En er is ook een soort politieke elite in Alphen, een paar mensen, wethouders enzo die eigenlijk alles bepalen, samen met nog een paar machtige ondernemers in Alphen, en die andere wethouders, bijvoorbeeld van de linkse partijen die hebben totaal geen invloed. Want de linkse partijen, zoals SP en Groenlinks zijn ook niet voor deze grootschalige bebouwing enzo maar Alphen is natuurlijk een vrij rijke gemeente en dus rechts dus ja die linkse hebben hier niks te zeggen.

Oke, u bent nogal negatief over de plannen, maar toen u dit huis kocht waren de plannen al bekend toch? Nou dat maakt het ook nog extra zuur, de dag dat we de sleutel kregen van dit huis zijn deze plannen bekend gemaakt. Als we dit van te voren geweten hadden, hadden we dit huis nooit gekocht, maar ja nu zitten we er aan vast hè. Het huis staat nu al heel lang te koop. We hebben de tijd ook tegen natuurlijk met de economische situatie nu maar het komt ook door de plannen. Soms komen er mensen kijken maar zodra ze te horen krijgen over wat hun hier te wachten staat en dat er een flat van 12 hoog voor dit huis komt haken ze af. Dus we hebben weer een zaak aangespannen omdat we ons huis niet kunnen verkopen maar die zaak loopt nu nog, maar zodra het huis verkocht is zijn we weg hier. Mijn vrouw heeft nu al een baan in Groningen gevonden. We hadden verwacht dat we hier eerder weg zouden zijn maar ja dat lukt dus niet, maar nu moet ze dus elke dag heen en weer naar Groningen, nou ja dat is bijna niet te doen dus ik hoop maar dat het huis snel verkocht wordt en dat we dan daar kunnen gaan wonen.

Interview respondent 6.

1. Hoe lang bent u bekend met het stationsgebied, (hoe lang woont u in Alphen aan den Rijn?)
Ik woon hier sinds 1982, bijna 20 jaar. **Woont u sinds 1982 in dit huis of in Alphen?** In dit huis, ik woon mijn hele leven lang al in Alphen, ik ben een geboren Alphenaar dus zo bekeken ben ik al m'n hele leven lang bekend met het stationsgebied.
2. **Hoe herinnert u zich het stationsgebied?**
Eigenlijk weinig, hiervoor woonde ik altijd aan de andere kant van de Rijn en kwam ik niet vaak hier in de buurt. Dat kwam ook omdat wij al vroeg een auto hadden en daarom geen gebruik maakte van het openbaar vervoer, dus ik heb niet echt een reishistorie van de trein. Dus toen kwam ik niet vaak hier maar nu ik erover nadenk heb ik wel een leuke herinnering ja, ik ben docent geweest en een leerling van me woonde boven het stationsgebouw. Dus echt in dat markante gebouw, dat kwam omdat zijn vader in die tijd stationschef was.
3. **Heeft u dat als positief of negatief ervaren ivm uw beeldvorming over Alphen aan den Rijn?**
Uhm ja ik herinner me het oude station wel als positief. Ik hou van oude gebouwen, dat heeft gewoon wat, ze stralen charme uit en romantiek.
4. **Voelt u zich betrokken bij het stationsgebied?**
Nee het zegt me heel weinig eigenlijk, ik ben wel nieuwsgierig naar hoe het gaat worden, ik rij er wel elke dag langs en ik er kijk wel eens. Ik zag laatst dat ze met de tunnel al een heel eind opschieten ik kan er al echt zo doorheenkijken. Maar ik ben benieuwd hoe het wordt, ik hou van architectuur en volgens mij wordt het allemaal heel modern dus daar ben ik wel benieuwd naar. Maar functioneel ofzo niet omdat ik er nooit gebruik van gemaakt.
5. **Heeft u er dagelijks mee te maken?**
Ik rij er wel elke dag langs ja maar ik ga zelden met de trein. Mijn partner heeft wel zo'n kortingskaart dus soms als we uitgaan in Gouda of Leiden gaan we wel met de trein maar dat is eigenlijk zelden.
6. **Wat weet u van de veranderingen rondom dit gebied?**
Dat het helemaal is plat gegaan, dat er niet echt een nieuw stationsgebouw terugkomt, er komen geen loketten meer en er zit niemand meer bij wie je een kaartje kan kopen dus ik zal het stukje persoonlijke contact wel missen, ik denk dat het daarom misschien wel heel kil over komt. En ik weet ook wel van die kantoren en appartementen maar daar heb ik geen emotie bij. **Oké hoe kan dat dan want het zijn wel veranderingen in uw directe leefomgeving?** Ja dat klopt ja, ik woon er natuurlijk 100 meter bij vandaan maar ik merk er eigenlijk niks van. Ik ben gewend aan het lawaai en aan het gerinkel van de spoorbomen, andere mensen ergeren zich daar misschien aan maar ik hoor het al niet eens meer, dus eigenlijk heb ik er weinig last van. En de veranderingen zijn ook allemaal aan de achterkant van mijn huis dus ik kijk er ook niet de hele dag naar ofzo, ik heb er gewoon weinig last van.
7. **Beantwoorden die veranderingen aan uw eigen behoefte?**
Nee ik heb geen behoefte in het station, maar op zich denk ik dat er wel behoefte aan is. Het was echt een oud iets, niet van deze tijd. Er zal wel vraag zijn denk ik naar een meer adequaat station dat wat effectiever is.

- 8. Zijn er elementen die u bij voorbaat als heel positief/negatief inschat? Voor uzelf, of voor Alphen aan den Rijn?** Ik vind het leuk dat er zo'n moderne fietsenstalling komt, dat zie ik wel als positief voor Alphen. Voor mezelf heb ik over het nieuwe station geen waardeoordeel. Het is wel kenmerkend voor Alphen, de dwang naar modern zijn en mee willen gaan in vernieuwingen en dergelijk. Alphen had al weinig oude gebouwen maar nu heeft Alphen helemaal niets authentieks meer, dat vind ik wel jammer. Maar over het algemeen is mijn mening over het station gewoon neutraal.
- 9. Zullen de veranderingen een beeldbepalende invloed hebben op Alphen aan den Rijn? Zo ja, hoe dan? Positief/ negatief? Verandert hierdoor het karakter van Alphen aan den Rijn?**
Ja denk ik zeker, ik probeer weleens als ik Alphen kom binnen rijden, te doen alsof ik hier voor het eerst kom haha, als een vreemdeling, en wat ik dan zou denken van Alphen en wat voor indruk het zal maken op mensen die hier voor het eerst komen. Dan zie ik dat Alphen zich aan het ontworstelen is van het dorp naar de stad die het zou kunnen worden. Ik denk dat een blikvanger zoals de nieuwe stationsomgeving dan best een grote impact heeft. Dat het wel indruk maakt op vreemdelingen, dat ze dan denken van zozo die mannetjes hier in Alphen bouwen toch maar zo'n mooi modern station. Ik ben best wel een beetje trots op Alphen en ook wel dat het zich zo ontwikkelt. Het karakter verandert wel ja, dat zie ik wel echt als positief zoals het hele nieuwe stadshart met het Rijnplein enzo, dat vind ik hartstikke leuk. En als je daar dan bent als vreemdeling en je weet niet dat je in Alphen bent dan zou je dat ook niet snel te weten komen omdat het er dan echt stedelijk uitziet met stedelijke allure, en ik denk dat het station in het verlengde ligt van het stadshart, dat wordt ook modern en stedelijk dus dat zijn zeker wel beeldbepalende veranderingen.
- 10. Vindt u dat het oude stationsgebouw historische waarde had voor Alphen aan den Rijn? Wat vindt u ervan dat het gesloopt is?**
Ja ik vind dat het wel historische waarde had voor Alphen, maar ik vind het niet jammer dat het gesloopt is. De hele facelift van het station zorgde ervoor dat het oude stationsgebouw er echt niet meer bij paste. Heel haar charme ging verloren in die nieuwe omgeving, dus ik begrijp wel dat het plat ging. En het was een mooi gebouw, dat zeker, ook voor Alphen een markant gebouw maar het was toch ook niet te vergelijken met de oude stationsgebouwen van de grote steden zoals Groningen of Amsterdam.
- 11. Vindt u dat de gemeente met de nieuwe plannen rekening houdt met het bestaande karakter van Alphen?**
Nee eigenlijk niet bij het bestaande karakter maar wel bij de visie van Alphen om modern te zijn, om een stad te worden. Al die dingen waar ze nu mee bezig zijn, de ijsbaan, de discotheek, het ligt allemaal in de lijn om echt groot te zijn.
- 12. Heeft u de indruk dat “de gemeente” de veranderingen heeft ingezet om tegemoet te komen aan wensen van de inwoners van Alphen? Zo ja, waarom, zo nee, waarom?**
Geen idee, ik weet niet wat de wensen van de inwoners van Alphen zijn. **Oké, maar voor u zelf dan?** Hmmz ja ik weet niet we hebben hier altijd aan de rand van Alphen gewoond, het spoor was natuurlijk de grens met de polder. Waar nu Kerk en Zanen ligt was altijd polder. Nu is dat allemaal bebouwd maar ik heb daar niet zoveel erg in, we wonen natuurlijk in een beetje afgesloten apart stukje van Alphen. Deze straatjes zijn net een dorpje op zich. We zitten 100 meter van het station vandaan en 500 meter van het dorp, zoals ik het altijd nog noem, maar toch zit je buiten alle drukte. Ik heb niet zo erg in die veranderingen, het is niet zo dat ik het persé wil maar het maakt

me ook niet echt uit en wat andere Alphenaren denken weet ik niet, we hebben het hier in de buurt het er ook nooit over ofzo.

13. Als het gemeentelijk beleid niet tot stand is gekomen op wens van de bewoners, wat vermoedt u dan als drijfveer voor de ingrijpende veranderingen?

Ja het groot willen zijn van Alphen, zich presenteren naar buiten toe. Wat ook belangrijk is, is dat Alphen midden tussen de grote steden ligt, Den Haag, Utrecht, Amsterdam, Rotterdam, het is eigenlijk allemaal vlakbij. En dan heb je ook nog de kleinere grote steden laat maar zeggen zoals Leiden en Gouda. Leiden en Gouda hebben wel echt een regiofunctie, veel mensen hiervandaan gaan daarna toe om te winkelen of om uit te gaan ofzo en dat is niet goed voor de middenstand hier in Alphen. Ik denk ook dat de gemeente de middenstand hier in Alphen groter wil maken, zodat Alphen ook een regiofunctie krijgt en zodat Alphenaren gaan winkelen in Alphen en dus hun geld in de eigen gemeente uitgeven in plaats van in Leiden of Gouda. Alphen wil echt zijn concurrentiepositie verbeteren ten opzichte van Leiden en Gouda. Ook al die kleine dorpjes hier om heen zoals Boskoop en Ter Aar enzo, als die wilde winkelen of uitgaan, dan konden ze kiezen van ja gaan we of naar Alphen of iets verder weg naar Gouda of Leiden, maar Gouda en Leiden hadden altijd een veel groter winkelaanbod en een theater enzo dus mensen kozen er dan toch voor om daarna toe te gaan. Nu heeft Alphen ook een theater en het winkelaanbod is aanzienlijk uitgebreid, zeker met het Rijnplein met een Mediamarkt een Hennes en Mauritz en we hebben zelfs een Mc.Donalds, dus ja dan kiezen mensen eerder voor Alphen en dan geven mensen hier hun geld uit wat weer goed is voor de Alphenese middenstand.

14. Hoe zou u zelf de identiteit van Alphen aan den Rijn omschrijven? (is het een stad, een dorp, goed bereikbaar, juist niet, prettig wonen of juist niet etc.).

Ik vind dat Alphen geen werkelijke wortels heeft naar het verleden toe. We hebben wel de Romeinen maar daar is nu weinig van terug te zien. Ik ben wel trots op Alphen, ik ben ook een echte Alphenaar, maar ja wat is dat nou?? Ik hoor vaak dat mensen Alphen als slaapstad beschouwen, dat het hier een grote duffe zoi is. Dat begrijp ik ook wel, als ik leuk wil stappen ga ik ook naar Gouda toe, Gouda heeft historie en charme. Hier is dat er weinig en wat er is wordt platgegooid, dat is jammer. Maar Alphen is wel bezig om meer levendigheid te creëren, er worden meer dingen georganiseerd en ik denk zeker dat ze met het Castellum theater een hele goede zet hebben gedaan, en ook bijvoorbeeld die ijsbaan die er nu op het Rijnplein ligt is ook heel leuk, brengt gelijk veel sfeer en levendigheid met zich mee, dus er wordt wel aan gewerkt en volgens mij lukt dat ook wel.

15. Welk aspect van identiteit vindt u het belangrijkste en waarom?

- ***Het historisch aspect (de invloed van het verleden op een plaats).***
- ***Het fysiek- ruimtelijke aspect (geografische locatie, stedenbouwkundige structuur, architectonische kwaliteiten).***
- ***Het sociaal- ruimtelijke aspect (sociaal-culturele kenmerken van een plaats).***
- ***Het conceptuele aspect (stedelijke identiteit als marketingconcept).***

Ik denk dat het ervan af hangt hoe een stad is opgebouwd, voor een historische stad is het anders dan voor Almere. Ik vind het lastig om te zeggen, in principe denk ik de eerste, maar voor Alphen geldt dat niet want Alphen heeft geen historie. Voor Alphen is het de vierde, de conceptuele. Ik denk dat de mensen die aan het roer staan erg belangrijk zijn, die geven mensen visie op hun woonomgeving. Uiteindelijk zal het wel een mengelmoes van alle vier zijn, dus ook de sociale component, de fysieke en de historische. Maar het is een lastige vraag hoor, ik heb er nog nooit zo over nagedacht. Misschien is het juist zo dat steden die geen historie hebben, geen duidelijk identiteit hebben en er daardoor één creëren, dus dan is het het conceptuele begrip. Ik denk voor Alphen dat het de vierde is, het conceptuele stukje. Je wordt

meegenomen in de waan van alledag in een stadje/dorpje als Alphen. Maar ik zeg ook de vierde omdat ik die andere drie componenten mis in Alphen.

16. Als u Alphen aan den Rijn in een reclamefolder zou moeten promoten, wat zouden daar de speerpunten zijn waarvoor u aandacht vraagt?

Het Rijnplein vind ik een leuk gezellig stukje Alphen. En ik ben onlangs met school voor het eerst in Archeon geweest en ik was eigenlijk best onder de indruk. Die mensen die er werken hebben echt heel veel kennis en het is een heel leuk en leerzaam park en ze hebben ook leuke evenementen. Afgelopen weekend was er Midwinterfair, dan zie je al die gothics en elfjes en trollen van het station naar Archeon lopen. Dus ik vind dat de gemeente Archeon meer moet promoten. Het trekt mensen naar Alphen toe en het zorgt voor naamsbekendheid, en Avifauna is eigenlijk vergane glorie maar door Archeon was ik echt aangenaam verrast. Wat ik ook een leuk stukje Alphen vind is waar de Marthastichting heeft gezeten, bij Park Rijnstroom en het parktheater.

17. Voelt u zich Alphenaar? Zo ja, wat maakt dat u zich dat voelt? Verwacht u in de toekomst dat u blijft wonen in Alphen of dat u weg gaat uit Alphen? Zo ja, waarom?

Ja ik ben Alphenaar, ik heb er altijd gewoond, ik ben een rasechte Alphenaar alhoewel ik zelf ook niet echt weet wat dat inhoudt. Ik heb ook altijd in het centrum gewoond met veel andere echte Alphenaren en het voelt gewoon echt als mijn dorpje. Misschien als je in Kerk en Zanen of een andere buitenwijk woont dat je dat dan minder hebt omdat daar meer import is maar hier in het oudere gedeelte wonen wel de echte Alphenaren. **Oke, blijft u hier ook in de toekomst wonen?**

Nee dat niet, ik ga naar Frankrijk toe. Ik heb daar nu al een tweede huis waar ik elke maand wel een paar dagen heen ga en later ga ik denk ik een half jaar in Frankrijk wonen en een half jaar in Nederland, maar dan niet in Alphen. Dan wil ik in een kleiner dorpje wonen omdat ik in Frankrijk ook in een heel klein dorpje woon met maar negen huizen. Het is zo heerlijk rustig daar en je hebt daar zoveel vrijheid van leven. Ik hou ook erg van klussen, ik klus daar aan mijn eigen huis maar ook aan huizen van andere Nederlanders. Er zitten ook best veel Nederlanders daar en ook veel Engelsen. Ik hou ervan om met mijn handen te werken, vooral vloeren aanleggen en restaureren is mijn specialiteit. Dus ik ga lekker klussen in Frankrijk en dan ben ik dus weg uit Alphen.

Interview respondent 7.

- 1. Hoe lang bent u bekend met het stationsgebied, (hoe lang woont u in Alphen aan den Rijn?)**
Nou ik ben hier geboren dus in principe m'n hele leven, maar eerst woonde ik bij de hefbrug dus iets verder van het station als nu. En sinds drie jaar reis ik vrijwel dagelijks met de trein.
- 2. Hoe herinnert u zich het stationsgebied?**
Ja toen ik kind was vond ik dat oude gebouwtje altijd wel heel leuk, het maakte toen wel veel indruk op me en dat herinner ik me ook goed. Het zag er allemaal wat ouderwets uit en je had vroeger natuurlijk het busstation ervoor.
- 3. Heeft u dat als positief of negatief ervaren ivm uw beeldvorming over Alphen aan den Rijn?**
Nou toen ik kind was vond ik het wel indrukwekkend maar vergeleken met hoe het nu wordt was het wel negatief voor Alphen denk ik hoor, het was best oud en vervallen.
- 4. Voelt u zich betrokken bij het stationsgebied?**
Jawel, ik ga elke dag met de trein en ik woon er natuurlijk, ik kom er elke dag langs en het ligt centraal in Alphen, dus als je van de ene kant naar de andere kant moet dan moet je altijd het spoor over.
- 5. Heeft u er dagelijks mee te maken?**
Ja zoals ik zei omdat ik met de trein reis en ik er dagelijks langs fiets en ook met de auto langs rij.
- 6. Wat weet u van de veranderingen rondom dit gebied?**
Ik weet dat er een tunnel komt, en dat er een extra spoor komt toch?? Of toch niet? Verder weet ik er eigenlijk niet zo veel van, ik weet wel dat er ook nieuwe flats komen langs het spoor.
- 7. Beantwoorden die veranderingen aan uw eigen behoefte?**
Ja omdat de verbinding tussen Kerk en Zanen en het centrum nu veel beter wordt door die tunnel, het is nu veel te smal. Straks ziet het station er ook beter uit, Alphen wordt steeds moderner en beter toegankelijk.
- 8. Zijn er elementen die u bij voorbaat als heel positief/negatief inschat? Voor uzelf, of voor Alphen aan den Rijn?** Ja ik vind sowieso dat het hele nieuwe stationsgebied positief is voor Alphen. Hiervoor was het allemaal toch een beetje vervallen en veel lege ruimte enzo. Alphen wordt steeds groter, het breidt zich sterk uit en het wordt echt een stad. Dan past zo'n klein stationnetje er niet meer bij. Ik vind het sowieso ook leuk dat Alphen meer een stad wordt. Kijk het zal nooit zo groot worden als de andere grote steden waar je heen gaat om te winkelen, zoals Amsterdam enzo, zo zal het niet worden maar dat hoeft nou ook weer niet van mij. Alphen is gewoon goed zo, niet te druk en niet te dorps, dat vind ik wel prettig. Je voelt je hier ook veilig omdat je hier toch nog wel hebt van ons kent ons en in grotere steden heb je meer criminaliteit dan hier.
- 9. Zullen de veranderingen een beeldbepalende invloed hebben op Alphen aan den Rijn? Zo ja, hoe dan? Positief/ negatief? Verandert hierdoor het karakter van Alphen aan den Rijn?**
Nou het is niet zo dat Alphen alleen door het station verandert, maar als je ook kijkt naar het gemeentehuis en het nieuwe centrum dan zijn dat wel grote veranderingen.

Het maakt Alphen meer een stad en het wordt moderner. Dus niet één ding op zich zorgt ervoor dat het karakter verandert maar al die nieuwe dingen en nieuwbouwprojecten samen wel. En ik vind dat wel positief ja als Alphen wat meer stedelijker wordt.

10. Vindt u dat het oude stationsgebouw historische waarde had voor Alphen aan den Rijn? Wat vindt u ervan dat het gesloopt is?

Hmmm, ik vond het zelf vroeger wel helemaal geweldig en het er mooi uit zien maar als ik er goed over nadenk was het niet echt een bijzonder gebouw, het was niet echt een historisch monument. Ik vind het ook niet jammer dat het gesloopt is, opgeruimd staat netjes haha, ja het was toch een beetje oud en vervallen. Het was echt tijd voor iets nieuws. Dat komt ook doordat Alphen steeds moderner wordt en dan past zo'n oud gebouw er niet bij.

11. Vindt u dat de gemeente met de nieuwe plannen rekening houdt met het bestaande karakter van Alphen?

Nee dat vind ik eigenlijk van niet, want wat er in de afgelopen jaren allemaal is gebouwd is allemaal veel moderner. Al die nieuwbouw moet steeds groter en groter en moderner. Vroeger was Alphen echt een dorp en nu begint het steeds meer een stad te worden en op zich vind ik dat wel leuk hoor maar ik denk niet dat het echt bij Alphen past.

12. Heeft u de indruk dat “de gemeente” de veranderingen heeft ingezet om tegemoet te komen aan wensen van de inwoners van Alphen? Zo ja, waarom, zo nee, waarom?

Ja dat denk ik wel, er komen steeds meer jonge gezinnen in Alphen wonen, in Burggooi enzo. En ook door de andere nieuwbouwwijken groeit Alphen erg snel, en de gemeente probeert het dan toch iedereen naar de zin te maken en te zorgen dat er voor iedereen genoeg voorzieningen zijn en dat de inwoners van alle gemakken voorzien zijn. En doordat er steeds meer inwoners zijn moet het station ook wel aangepast worden, we kunnen niet met z'n allen over dat krappe stationnetje, dat wordt veel te klein dus dan moet er wel iets nieuws en groters komen. Want die spoorwegovergang ja.. wat moet je daar nou over zeggen.. ja dat is gewoon heel slecht geregeld nu. Dus het is echt goed dat die tunnel er komt. Nu moet je met z'n allen door dat kleine hekje, de fietsers en voetgangers gaan allemaal kris kras door elkaar heen en dat is erg onveilig.

13. Als het gemeentelijk beleid niet tot stand is gekomen op wens van de bewoners, wat vermoedt u dan als drijfveer voor de ingrijpende veranderingen?

Om het geld, ik denk meer werkgelegenheid. Maar ik denk sowieso dat het komt omdat de bewoners het willen hoor. Maar de gemeente wil ook zoveel mogelijk nieuwe dingen omdat ze dan meer nieuwe inwoners kunnen aantrekken.

14. Hoe zou u zelf de identiteit van Alphen aan den Rijn omschrijven? (is het een stad, een dorp, goed bereikbaar, juist niet, prettig wonen of juist niet etc.).

Groeiend, toch wel modern en toch ook wel dat iedereen elkaar kent. Dat is denk ik ook wel wat iedereen leuk vindt aan Alphen. Het heeft een goed evenwicht tussen voorzieningen en gebouwen en ruimte en groen en tussen dorp en stad zeg maar. Dat trekt wel mensen, zeker mensen met jonge kinderen vinden het fijn dat hier wel alles is maar dat je niet in een grote stad woont met criminaliteit enzo en dat hier toch een beetje sociale controle is. Dat is wel het sterke punt van Alphen dus de gemeente moet wel opletten dat ze niet te stedelijk worden want dat is niet wat de mensen willen, ze moeten de goede balans tussen dorp en stad houden.

15. Welk aspect van identiteit vindt u het belangrijkste en waarom?

- *Het historische aspect (de invloed van het verleden op een plaats).*
- *Het fysiek- ruimtelijke aspect (geografische locatie, stedenbouwkundige structuur, architectonische kwaliteiten).*
- *Het sociaal- ruimtelijke aspect (sociaal-culturele kenmerken van een plaats).*
- *Het conceptuele aspect (stedelijke identiteit als marketingconcept).*

Ik denk de fysiek- ruimtelijke, what you see is what you get, ja zo is het toch, wat je ziet, de gebouwen, de faciliteiten en gewoon de omgeving, dat bepaalt hoe een stad is denk ik. Ik vind inwoners sowieso niet, dat rouleert toch allemaal wel. Wat ik wel leuk vind van Alphen is dat hier veel verschillende culturen zijn en een goede mix van rijk en arm dat vind ik wel goed, voor iedereen wat.

16. Als u Alphen aan den Rijn in een reclamefolder zou moeten promoten, wat zouden daar de speerpunten zijn waarvoor u aandacht vraagt?

Geen idee eigenlijk, ja toch wel het nieuwe station denk ik, en ik zou wel al die nieuwbouw promoten, zoals de flats bij het station. Ik denk dat er veel vraag is naar nieuwbouw in deze regio, In Alphen is dat er genoeg en het is ook nog wel betaalbaar, dus dat zou ik wel promoten. Dat trekt wel inwoners, mooie betaalbare nieuwbouw.

17. Voelt u zich Alphenaar? Zo ja, wat maakt dat u zich dat voelt? Verwacht u in de toekomst dat u blijft wonen in Alphen of dat u weg gaat uit Alphen? Zo ja, waarom?

Ja ik voel me wel Alphenaar, ik woon hier al m'n hele leven, ik heb eigenlijk alles hier, m'n vrienden, werk, familie, hobby's. Maar ik denk niet dat ik hier altijd blijf wonen hoor, ik ben wat meer avontuurlijk ingesteld. Alphen is toch heel veilig en rustig en vertrouwd en leuk voor jonge gezinnen maar voor als je zelf jong bent dan weet ik het niet. Ik weet sowieso niet of ik wel in Nederland wil blijven wonen hoor. Ik wil nog heel veel reizen en de hele wereld zien en misschien wil ik uiteindelijk dan wel in Frankrijk of Italië wonen, wel in Europa ja. En als ik Nederland blijf dan wil ik wel echt in een grote stad wonen maar ja misschien als ik zelf kinderen krijg dan wil ik misschien wel terug naar Alphen. Voor gezinnen is het echt een leuk stad.

Interview respondent 8.

1. Hoe lang bent u bekend met het stationsgebied, (hoe lang woont u in Alphen aan den Rijn?)

Bedoel je de nieuwe ontwikkelingen? **Nee ik bedoel gewoon zolang u er bekend mee bent, of u ook de oude situatie weet?** Oké, ja zolang we hier wonen. **Oké en sinds wanneer woont u hier?** Uhm vanaf '86, dus ik woon nu 23 jaar in Alphen en ook in dit huis daarvoor woonde ik in Leiderdorp.

2. Hoe herinnert u zich het stationsgebied?

Ja het was gemoedelijker als dat ik nu voor ogen zie, het was wel druk ook natuurlijk maar dat is logisch op een station. Maar nu wordt het allemaal nog veel drukker en voller met meer kantoren en een groot hotel. Ik ben wel heel blij met überhaupt treinen en een spoor, dat was ook één van de redenen dat we hier zijn komen wonen.

3. Heeft u dat als positief of negatief ervaren ivm uw beeldvorming over Alphen aan den Rijn?

Absoluut heel positief. Het was echt een markant gebouw. Ik vond het daar heel leuk staan. Veel visite komt naar ons toe met de trein omdat we natuurlijk zo dichtbij wonen en iedereen zei altijd van wat een leuk station en wat een mooi gebouw enzo, met drie van die torentjes, maar ja nu is het er niet meer. Ik vind het jammer hoor, ik denk dat ze het makkelijk hadden kunnen integreren in de nieuwe plannen. Daar waren zat gegadigden voor, ze hadden het kunnen opknappen en een nieuwe functie kunnen geven, maar dat levert de gemeente waarschijnlijk minder geld op dan kantoren dus moest het oude stationsgebouw wijken voor kantoren. Helaas helaas.

4. Voelt u zich betrokken bij het stationsgebied?

Ja omdat je er uiteraard woont, je ziet het elke dag.

5. Heeft u er dagelijks mee te maken?

Ja ik rij er elke dag langs, de visite komt vaak met de trein en reis zelf ook best vaak met de trein. Mijn dochter gaat elke dag met de trein. Ik bracht mijn kinderen vroeger naar mijn ex in Steenwijk, dan gingen we ook altijd met de trein. Ik werk hier in Alphen maar als we een dagje weggaan dan gaan we vaak met de trein hoor, ik vind het een ideale manier van reizen, je stapt altijd midden in het centrum uit. Als ik het vergelijk met de auto dan is het denk ik fifty- fifty.

6. Wat weet u van de veranderingen rondom dit gebied?

Dat de plannen wel bijgesteld zijn vanwege de economische crisis. Men had meer kantoorlocaties gepland, dat weet ik uiteraard vanuit de politiek. Er is minder vraag naar kantoorlocaties dus volgens mij zijn sommige dingen op de lange baan geschoven want anders is er veel te veel leegstand. Ik denk ook van waarom bouwen ze geen woningen in plaats van kantoren. Waarom doen we niks met studenten? We zitten hartstikke dicht bij Leiden en Utrecht. In Leiden is grote woningnood nou bouw hier bij het station dan van die containerwoningen voor studenten. Het zijn simpele woningen, met een klein keukentje enzo maar meer heeft een student ook niet nodig en ze zitten zo in Leiden. Ik zie dat liever dat dan al die kantoren. **Oké, maar de plannen zijn dus al wel bijgesteld vanwege de economische crisis?** Jaja anders staat er natuurlijk veel te veel leeg. We hebben ook als SP gezegd van we moeten niet zoveel bouwen, de gewone burger ziet ook dat er al veel leegstand is. Maar ik heb begrepen dat zoveel procent verhuurd moet zijn voordat ze mogen bouwen, bij een aantal projecten is dat percentage niet gehaald dus die projecten zijn nu vooruit geschoven. We hebben ook samen met Groenlinks en Leefbaar Alphen vragen gesteld aan de wethouders van hoe staan de plannen er nu voor? Worden ze bijgesteld naar aanleiding van de crisis. Wat is er van de oude plannen over? Komt

dat busstation er nog? Komen er nog kantoren of woningen boven het busstation, op die overkapping? Worden de kantoren minder hoog? Dat hoop ik... maar het is allemaal nog niet zeker. Die appel die komt er, die onderdoorgang komt er, het busstation komt er met overkapping, maar wat komt daar op? Dat 15 verdiepingen hoge ding? Wij hebben vragen gesteld aan de wethouder van ja we horen veel slechte verhalen over de economie, dus hoe staat het er hier voor?

7. Beantwoorden die veranderingen aan uw eigen behoefte?

Als het minder kolossaal zou zijn wel ja, ik vind dat er moet worden gebouwd naar behoefte. Nou waar is behoefte aan? Aan woningen voor jongeren, starters, ouderen. Woningen in de goedkope sector, maar wat doen ze, richting Zeeman bouwen ze woningen vanaf drieënhalve ton. Terwijl met goedkopere woningen kunnen ze veel meer mensen gelukkig maken, maar daar wordt minder aan verdiend. Aan duurdere huizen houdt de gemeente natuurlijk meer geld over.

8. Zijn er elementen die u bij voorbaat als heel positief/negatief inschat? Voor uzelf, of voor Alphen aan den Rijn?

Ja, dat je wel een goed openbaarvervoersknooppunt krijgt. Dat de bussen en treinen goed op elkaar aansluiten, zo kan je mensen stimuleren om vaker gebruik te maken van de trein. De bussen vanuit de Ridderhof moeten beter aansluiten en het spoor moeten ze verdubbelen. Dat is misschien wel interessant voor jou.. ik heb hier nog wel een krantenartikel over dubbel spoor..uhm even kijken.. oh ja hier is. **Oké, dank u wel, dat is inderdaad wel interessant.** Maar als ze dat doen moeten ze ook goed zorgen voor parkeren. Ze zeggen dat ze voldoen aan de norm, dus zoveel parkeerplaatsen per zoveel huizen, maar dat werkt natuurlijk helemaal niet meer. Het parkeerterrein voor treinreizigers, aan de Dwarsligger, naast de fietsenstalling en Oldenburger daar moet je nu voor betalen. Vroeger was dat gratis en nu staat het voor driekwart leeg. Nu parkeert iedereen zijn auto hier want hier is het nog gratis. Ik ga vanavond ook een motie indienen in de raad, om te zorgen dat ze hier ook betaald parkeren gaan invoeren en dat de bewoners dan voor dertig euro per jaar een parkeervergunning krijgen. Ik vind het lullig voor die treinreizigers maar hier worden de straten onleefbaar, overal staan auto's, op elke hoek, er kan niet meer gespeeld worden. Het bleek ook uit tellingen dat tweederde van de auto's die bij het station parkeerde uit Kerk en Zanen kwam, nou kom op, laat die mensen ook eens nadenken en gaan fietsen. Ook die mensen uit Ridderhof hoor, ga gewoon op de fiets naar het station. Anders wordt het gewoon onleefbaar in hele wijken en hele gebieden in Alphen. Wij als SP willen de bewoners wel een alternatief bieden, een gratis bus vanuit de Ridderhof, dat is beter dan dat ze hun auto hier ergens neeronderen.

9. Zullen de veranderingen een beeldbepalende invloed hebben op Alphen aan den Rijn? Zo ja, hoe dan? Positief/ negatief? Verandert hierdoor het karakter van Alphen aan den Rijn?

Ja negatief absoluut. De oude Alphenaar, die het oude stationnetje nog voor zich heeft vindt dit niks. We kunnen ook niet meer spreken van een station, laatst waren we in het Castellum naar Najib Amhali, zei die van ja dan kom je hier aan op het station, oh nee jullie hebben helemaal geen station haha, en dat is waar ook. We hebben geen station, alleen een perron, dus van mij mag de benaming station Alphen ook wel veranderen in perron Alphen. Je hebt er helemaal niks, ja een kiosk waar je zelf uit de automaat wat eten en drinken kan halen en je kaartje. Voor de rest komt er niks, echt een volwaardig station hebben we niet, en dat krijgen we ook niet meer. De NS heeft daar geen geld voor zeggen ze maar de NS bulkt van de centen, zeker NS Vastgoed heeft heel veel geld. Ze hebben ook heel veel invloed gehad hier. Dat is ook logisch want alle grond, twintig meter rondom het spoor is eigendom van de NS. **Vindt u ook dat het karakter van Alphen hierdoor verandert?** Ja, door het vele beton en de vele lelijke nieuwbouw, Waarom maken ze geen mooie nieuwbouw die past bij de

omgeving, ze maken alleen maar van die gedochten. **Dus het karakter verandert negatief?** Ja absoluut, moet je eens gaan praten met een oud- Alphenaar, ik ben nog niet eens een echte Alphenaar, die denkt met weemoed terug, als die kijkt naar zijn oude kalender naar die plaatjes, ziet die niks meer wat die terug herkend, ja er is heel veel veranderd ja.

10. Vindt u dat het oude stationsgebouw historische waarde had voor Alphen aan den Rijn? Wat vindt u ervan dat het gesloopt is?

Ja, ik ben niet eens een echte Alphenaar kan je nagaan, maar ik vond het zeer zeker een markant gebouwtje. Heel jammer dat het gesloopt is, zeker omdat er ook niets voor terug komt, niet eens een wachtruimte ofzo.. maar die zien er tegenwoordig ook allemaal lelijk uit, maar nu komt er gewoon niets.

11. Vindt u dat de gemeente met de nieuwe plannen rekening houdt met het bestaande karakter van Alphen?

Welnee, maar de gemeente bepaalt ook helemaal niet, de projectontwikkelaars bepalen, projectontwikkelaars hebben veel meer macht. Zelfs ik als raadslid heb weinig in te brengen. Ja de projectontwikkelaars hebben een hele grote vinger in de pap, die bepalen vaak wat er gebouwd moet worden en dan kan je wel een stadsarchitect hebben enzo maar dat maakt niet zoveel uit. Ik vind het zeker niet altijd positief, kijk maar naar het Rijnplein, dat is toch niet van goh we gaan even gezellig naar het Rijnplein. Wij gaan vanmiddag naar Leiden omdat Leiden qua uitstraling veel gezelliger is. Of kijk maar eens naar Utrecht, Utrecht heeft een zeer fraaie binnenstad, met die werfkelders, echt fantastisch. Wat hebben we nou in Alphen? Je hebt toch geen mensen die zeggen van we gaan gezellig naar Alphen. Nee dat doe je niet, misschien dat er wel mensen komen vanwege het winkelaanbod maar niet vanwege de gezelligheid. In de zomer zijn er wel wat terrasjes bij De zaak en Proto, ze proberen er wel wat van te maken maar het lukt niet, daarvoor hebben ze teveel van dat oude spul gesloopt. Alleen dat stukje waar Proto zit is een mooi stukje met mooie gevels.

12. Heeft u de indruk dat “de gemeente” de veranderingen heeft ingezet om tegemoet te komen aan wensen van de inwoners van Alphen? Zo ja, waarom, zo nee, waarom?

Haha nee absoluut niet. Dan hadden ze het de burgers moeten vragen, maar dat durven ze niet. Ik had voorgesteld om een referendum te houden met D66 en Alphen1. Ik heb in de vorige raadsvergadering een motie ingediend om een referendum te houden voor de Lage zijde, maar dat willen ze gewoon niet, dat moet je de burger niet vragen vinden ze, dat is veel te moeilijk. Ze zeggen dan van ik ben er heel zeker van dat dit is wat de Alphenaar wil, nou als je er dan zo zeker van bent, waarom hou je dan geen referendum? Dan zeggen ze van we hebben inspraakavonden gehad en klankbordgroepen dus mensen hebben genoeg mogelijkheden gehad om hun mening te geven. Oh ja joh? De mening van iemand uit Gouwsluis wordt niet gevraagd, alleen die van omwonenden. Maar ga nou eens aan de Alphenaar vragen wat vindt u van de plannen en met kosten erbij hè, want het kost allemaal nogal wat. De gemeente zegt dat ze die gaten dekken met geld van de Nuon, ze hebben de Nuon verkocht en er 130 miljoen voor gekregen dat willen ze nou gebruiken om een haven mee te leggen.

Maar voor de stationsomgeving was er toch ook een klankbordgroep, zodat de omwonenden toch inspraak hadden? Haha nou daar zat maar één inwoner in hè, verder zaten er allemaal dingen in zoals Hotel Toor, de Kamer van Koophandel, het IVN, dat is zo'n milieuorganisatie, de fietsbond en die bewoners is niet eens gekozen door andere buurtbewoners maar gevraagd door de wethouder. Ik moet zeggen dat de communicatie, we krijgen eens per zoveel tijd een nieuwsbrief, wel goed is. Daar staat dan in als iets wordt afgesloten, of van volgende maand ligt u 's nachts wakker

vanwege lawaai. Maar het is één van de weinige projecten waarvan ik denk van ja de communicatie met burgers gaat goed.

Maar over die klankbordgroepen en inspraakavonden, de burger heeft gewoon helemaal niets te vertellen. Als je kijkt naar de hoeveelheid bezwaarschriften die naar aanleiding van de stationsomgeving ingediend zijn, en dan kijkt naar die, die gehonoreerd zijn, dat is echt minimaal, van de honderd maar vijf of zes. Maar dat er echt dingen verandert zijn, nee, alleen kleine dingen. Maar geen wezenlijk verschillen, of dat ze het plan hebben aangepast. Maar dat heb ik ook al met de politiek het idee, van ja bereiken we nog wat, kunnen we nog wat? Maar die projectontwikkelaars en NS Vastgoed hebben zoveel invloed, echt hoor men onderschat de macht van NS Vastgoed. Ze zijn heel rijk, ze bezitten heel veel gebieden en heel veel grond langs het spoor. En ook Prorail heeft veel invloed, als je als gemeente iets wil bij het stationsgebied, moet je hun altijd eerst om toestemming vragen. Je denkt ook dat wij als gemeenteraad veel in te brengen hebben maar dat valt dus ontzettend tegen. Projectontwikkelaars, grote managers en de wethouder, die hebben wat in te brengen. Het is zeker lastig voor de burger, die denkt ook van wat gebeurt er nou allemaal. Maar ja er zijn dingen in het verleden vastgelegd, en daar moet je je nu aan houden, maar daar zitten veel haken en ogen aan. Die tunnel kost bijvoorbeeld dertien miljoen, nou dertien miljoen vind ik een hoop geld voor een tunneltje.

13. Als het gemeentelijk beleid niet tot stand is gekomen op wens van de bewoners, wat vermoedt u dan als drijfveer voor de ingrijpende veranderingen?

Ja men wil op de kaart, Alphen wil mee met de vaart der volkeren, Alphen moet uitstraling krijgen, Alphen wil een stad worden. Ik heb ook het idee dat de wethouder veel wil bereiken, dat die over een paar jaar tegen zijn kleinkinderen kan zeggen, van kijk zie je het station daar, daar heeft je opa voor gezorgd. Dat soort dingen, ik weet het ook niet hoor, dat de wethouder probeert in die vier jaar zoveel mogelijk te bewerkstelligen. Zodat Alphen na Leiden, Gouda en Delft ook in dat rijtje voorkomt. Dat Alphen moet groeien naar 100.000 inwoners, maar ik denk we kunnen niet meer groeien, de wegen lopen vast, de N11 staat elke dag vast, we hebben parkeerproblemen. Je moet bedenken dat als je een huis bouwt daar ook 1.6 auto bijkomt. Hoeveel willen we nog doorgroeien? Het wordt onleefbaar, de luchtkwaliteit gaat achteruit, ik vind dat je je nog wel thuis moet voelen. Je moet je ook realiseren dat uitbreiding en economische bloei ook nadelen met zich meebrengen. Ik was laatst in Drenthe, nou fantastisch. En we hebben vrienden in Duitsland, net over de grens. Het is daar veel rustiger en gemoedelijker. Hier wordt het maar drukker en drukker, en ja je hebt hier wel een bioscoop en drie pizzeria's, maar moet je nog wel meer groeien? Ik denk dat je als gemeente of als bestuur moet durven zeggen tot hier en niet verder. Net zoals Leiderdorp, die gaan nu een Ikea binnenhalen, volslagen belachelijk, dat moet je daar niet willen. Dat leidt tot gigantische verkeersoverlast. Mensen gaan tegenwoordig ook veel te veel met de auto hoor. Uit onderzoek blijkt dat van de mensen die binnen een straal van twee kilometer van hun werk wonen, 80% met de auto gaat. En dan klagen dat het zo druk is op de weg en dat er niet genoeg parkeerplaatsen zijn, maar ja dan denk ik ook, ga dan maar met de fiets. Ook mensen uit Ridderhof gaan met de auto naar het centrum om een krantje te halen, en dan klagen dat ze parkeergeld moeten betalen. Nogmaals, je kan wel allemaal dingen willen maar hoe ver moet je gaan? Ik maak me daar grote zorgen over, ook bij het station hoor, zoveel kantoren en zoveel hoogbouw. Gaan we bouwen voor leegstand? Doe dat alsjeblieft niet. Doe wat steeds meer gemeenten doen, kantoren ombouwen tot woningen. Waar eerst Kluwer zat daar zit nu het Scala College in, maar dat gebouw van L'oreal staat ook al meer dan een jaar leeg. Volgens de wethouder is dat een A1 locatie, het staat langs het spoor, iedereen komt met de trein, maar ja het is wel veel te duur, niemand komt er in. Al die mooie gebouwen staan leeg, echt doodzonde. Doe dan net als in Utrecht of in Amsterdam, bouw het

om tot woningen, maar ze zeggen dat dat niet rendabel is. Maar ik heb weleens van een projectontwikkelaar gehoord dat ook al staat het leeg het bouwen toch rendabel is. Projectontwikkelaars willen geen bestaande kantoren opknappen, nee ze zeggen geef mij maar een stukje weiland dan bouw ik wel iets nieuws. Zo knabbel je steeds meer van het weiland af. Nu ook langs de Oude Rijn zone, bij Bodegraven, Vleuten, alles wordt volgebouwd. Ik maak me daar echt grote zorgen over.

14. Hoe zou u zelf de identiteit van Alphen aan den Rijn omschrijven? (is het een stad, een dorp, goed bereikbaar, juist niet, prettig wonen of juist niet etc.).

Stad met dorps karakter, een net niet stad en hou het ook maar zo. De echte Alphenaar ziet het nog wel als een dorp en ik denk ook van hou het dorps karakter. Waarom groeien tot 100.000 inwoners? Ik vind dat je dat niet moet willen. Ja dan pas je misschien in het rijtje Leiden, Gouda, Delft maar ja wat zegt dat. En mensen uit Aarlanderveen en Zwammerdam voelen zich helemaal geen Alphenaar, ze horen er nou eenmaal bij maar die voelen zich nog gewoon Aarlandervener.

15. Welk aspect van identiteit vindt u het belangrijkste en waarom?

- *Het historische aspect (de invloed van het verleden op een plaats).*
- *Het fysiek- ruimtelijke aspect (geografische locatie, stedenbouwkundige structuur, architectonische kwaliteiten).*
- *Het sociaal- ruimtelijke aspect (sociaal-culturele kenmerken van een plaats).*
- *Het conceptuele aspect (stedelijke identiteit als marketingconcept).*

Je moet je ergens thuis voelen, en ik heb de indruk dat een hoop mensen zich nu niet meer thuis voelen. Het is allemaal nieuw, en niet mooi. Ik werk zelf in de Sint Jorrisstraat, en als je dat straatje ziet, het stelt niets voor, mensen komen daar niet om gezellig te winkelen. Het is niet aantrekkelijk, er staat geen één boompje, het is één grote vlakke wand. Het is echt winkel in en dan wegwezen, het straalt totaal niets uit. Als je dan kijkt naar de Van Manderloo straat, dat blijft iets knus uitstralen, dan ga je ook naar het dorp. Ja nu gaan ze ook de Lage Zijde opknappen, met een haventje enzo, maar ik zie dat echt als korte termijn scoren. Men laat zich inpakken door projectontwikkelaars, die wel weten wat goed is voor Alphen. En we hebben natuurlijk een eigen stadsarchitect, die heeft ook veel invloed. Het is toch raar dat één zo'n man zoveel invloed heeft, maar ja die heeft er verstand van zeggen we dan. Die mensen bepalen wat voor ons leuk en gezellig is, nou ik heb m'n twijfels. Alphen wordt er niet aantrekkelijker door, mensen zeggen straks heus niet van nou Alphen, dat heeft me toch een leuk stationsgebied joh.

16. Als u Alphen aan den Rijn in een reclamefolder zou moeten promoten, wat zouden daar de speerpunten zijn waarvoor u aandacht vraagt?

Jemig, haha hoe ik Alphen zou promoten. Ja geen idee, mensen zeggen van ja Alphen staat op de toeristische kaart door Archeon en Avifauna dus dat is goed voor Alphen. Nou ik vraag me dan af wat is er dan goed voor Alphen aan dat wij Avifauna en Archeon hebben, niemand heeft me dat ooit kunnen uitleggen. Ja het enige is dat het voor een stukje werkgelegenheid zorgt. Maar wat wordt Alphen er dan beter van dat wij dat hebben? Op de plek waar Avifauna zit had ook een ander bedrijf kunnen zitten en dat zorgt dan ook voor werkgelegenheid. Het oude Avifauna gebouw wordt ook gesloopt hè, nog een mooi oud gebouw dat verdwijnt. Heel veel mensen in Alphen vinden dat een mooi gebouw maar ja het is niet monumentaal dus ja gooi maar weer plat. **Oké, maar wat zou u dan wel zetten in een reclamefolder?** Ja dat moet je eigenlijk niet aan mij vragen, ik ben helemaal niet zo positief over deze gemeente, veel te veel groei. Maar Alphen is wel een leuk dorpje met een mooie omgeving, ik ga zelf vaak hardlopen daar bij het Spookverlaat. Ja de omgeving is mooi, we liggen mooi in het Groene Hart. Ik zou in de folder zetten, Alphen een leuk dorpje in het Groene Hart en laten we dat vooral zo houden. Niet teveel rare dingen doen en niet teveel groeien.

17. Voelt u zich Alphenaar? Zo ja, wat maakt dat u zich dat voelt? Verwacht u in de toekomst dat u blijft wonen in Alphen of dat u weg gaat uit Alphen? Zo ja, waarom?

Ja ik denk het wel, dat komt omdat ik er werk en ik zit hier in de politiek en ja je woont er uiteraard. Dus ja ik voel me wel een beetje Alphenaar, ik heb er wel iets mee. Wat is het Alphenaar gevoel, ik weet het niet, maar ik heb zeker wel iets met deze plaats. Ik zou absoluut niet terug willen naar Leiderdorp, dat vind ik echt zo doods, echt een slaapdorp, terwijl mijn familie daar woont. Ik heb het hier goed naar me zin, we wonen in een leuk buurt, je voelt je snel thuis, we wonen vlakbij het station, vlakbij het centrum, lekker dicht bij de polder. Ik zie me later nog wel verhuizen, dat wel hoor. Wat ik al zei toen ik laatste in Drenthe was, ja dat sprak me toch wel erg aan of Duitsland. Ik zie het wel zitten om ergens wat rustiger te gaan wonen. Maar dan moeten eerst de kinderen het huis uit zijn en ja je zit ook met werk enzo. De komende vier jaar zit ik hier sowieso vast in Alphen, als ik nog gekozen wordt ten minste haha.

Interview respondent 9.

1. Hoe lang bent u bekend met het stationsgebied, (hoe lang woont u in Alphen aan den Rijn?)

Uhm ja zolang we hier wonen, dat is sinds 81, dus nu achtentwintig jaar alweer. We hebben eerst nog op twee andere plekken in Alphen gewoond. We wonen nu al zo'n vijftien jaar in dit huis, we zijn de eerste bewoners van dit huis.

2. Hoe herinnert u zich het stationsgebied?

Ja het heeft geen indrukwekkende herinnering op me gemaakt, maar het was wel een heel leuk gebouw, ook kenmerkend voor Alphen. Je wist gelijk dat je Alphen was, het gebouw was misschien niet heel bijzonder maar wel heel herkenbaar.

3. Heeft u dat als positief of negatief ervaren ivm uw beeldvorming over Alphen aan den Rijn?

Ja zeker positief, als je het vergelijkt met andere stations bijvoorbeeld Leiden, met al die nieuwbouw en helemaal modern, dan was dit station wel echt veel mooier.

4. Voelt u zich betrokken bij het stationsgebied?

Ja we wonen er tegenover, erin eigenlijk haha. We worden direct met de veranderingen geconfronteerd dus ik voel me er zeker bij betrokken.

5. Heeft u er dagelijks mee te maken?

Ja omdat ik het altijd zie, als ik 's morgens de gordijnen open doe zie ik de mensen aan het werk, als ik naar het dorp ga moet ik er langs en we hebben ook geluidsoverlast. **Reist u ook met de trein?** Ik reis in principe niet met de trein, niet voor m'n werk in ieder geval, het komt echt zelden voor dat ik met de trein reis.

6. Wat weet u van de veranderingen rondom dit gebied?

Uhm ja ik denk een heleboel, ik ken de maquettes, ik weet de fasering, de gemeente houdt ons ook heel goed op de hoogte. We krijgen regelmatig een nieuwsbrief van de gemeente met wat er gaat gebeuren en of we er eventueel overlast van krijgen. Ik ben ook naar inspraakavonden geweest enzo dus ik weet wat er wanneer gaat komen. De communicatie van de gemeente is wat dat betreft erg goed.

7. Beantwoorden die veranderingen aan uw eigen behoefte?

Nee natuurlijk niet, we hebben nu een hartstikke leuk uitzicht, nu zie ik de mensen op het perron staan, we hebben vrij uitzicht, we zien veel groen, we zullen dit uitzicht zeker missen. Maar ja ik begrijp ook wel dat de gemeente niet met iedereen uitzicht rekening kan houden, maar ik ben er niet blij mee.

8. Zijn er elementen die u bij voorbaat als heel positief/negatief inschat? Voor uzelf, of voor Alphen aan den Rijn?

Ja de tunnel, dat is heel goed dat die er komt. Uhm ja ik denk dat dat het enige is. Voor mezelf vind ik het heel jammer dat er allemaal huizen en kantoren komen. Alhoewel ik me haast niet kan voorstellen dat die kantoren nu gebouwd gaan worden midden in de economische crisis en terwijl er al zoveel leegstand is. En ik denk ook van die huizen vlak langs het spoor, wie wil daar nou wonen, je hebt dan echt ontzettende geluidsoverlast. Voor ons valt het mee omdat er nog een redelijk stuk tussen zit, en de Aziëlaan er nog tussen loopt, maar als je echt één meter van het spoor vandaan woont moet je daar echt veel last van hebben, daar kan geen isolatie tegenop, dus ik kan me niet voorstellen dat iemand daar wil wonen. En weet je wat je ook ziet als je bijvoorbeeld met de Thalys naar Parijs gaat of eigenlijk overal in de

wereld, dat vooral arme mensen en slechte woningen langs het spoor staan. Ik weet het niet zeker maar volgens mij komt hier ook sociale woningbouw langs het spoor. En verder ja verder vind ik het vooral heel jammer, er komen echt hele hoge torens en het wordt gewoon net zoals het station van Leiden en Zoetermeer enzo, allemaal nieuw, allemaal hetzelfde en geen eigenheid meer. Het enige wat wij hebben is een fietsappel haha, dat is wel herkenbaar voor Alphen dan.

9. Zullen de veranderingen een beeldbepalende invloed hebben op Alphen aan den Rijn? Zo ja, hoe dan? Positief/ negatief? Verandert hierdoor het karakter van Alphen aan den Rijn?

Ik denk voor de mensen die met de trein komen wel, ik denk dat een station altijd beeldbepalend is. Als je bijvoorbeeld Woerden binnenkomt, in dat mooie oude station heb je gelijk het idee dat je in een mooie stad terecht bent gekomen, en dat is bij meer stations zo. Nu wordt alles een eenheidsworst, alles ziet er hetzelfde uit. Maar ik denk dat als je nooit met de trein reist en in Alphen- Noord woont dat het dan geen beeldbepalende invloed heeft op Alphen, dan zie je het toch nooit. Ik denk dat vooral die dingen in het centrum, die faciliteiten in de stad een beeldbepalende invloed hebben op Alphen. **Oké, en denkt u dat door de veranderingen het karakter van Alphen verandert?** Uhm nou het is wel de bedoeling van de gemeente dat Alphen meer stedelijk wordt. Vergeleken met toen ik hier kwam wonen, toen was Alphen echt een dorp. Het station was de grens en heel Kerk en Zanen was nog polder, dus in die zin wordt het wel meer stedelijk. Maar ik heb het zelf altijd nog wel over het dorp hoor, qua faciliteiten vind ik het zeker geen stad, je mist kroegjes en gezellige terrasjes en grachtjes zoals je bijvoorbeeld in Leiden en Amsterdam wel hebt. Je mist hier echt de gezelligheid. Dat soort dingen bepalen een karakter van een plaats, en Alphen mist dat gewoon, ik vind eigenlijk dat Alphen niet echt een karakter heeft dus ik kan ook niet zeggen dat het echt verandert, maar misschien dat het heel langzaam aan toch meer stedelijk wordt.

10. Vindt u dat het oude stationsgebouw historische waarde had voor Alphen aan den Rijn? Wat vindt u ervan dat het gesloopt is?

Ja het had zeker historische waarde voor Alphen, het had geen monumentale waarde, dat is wel echt onderzocht, maar voor Alphen had het zeker historische waarde en ik denk ook voor veel mensen wel emotionele waarde, in die zin vind ik het heel jammer dat het gesloopt is. Kijk, (in de keuken hangt een schilderij van het oude stationsgebouw), dit heeft mijn man geschilderd op de laatste dag dat het gebouw er stond. De dag erna is het gesloopt. Zie je ook die graffiti erop, veel mensen hadden leuzen er op geschreven van dat het behouden moest worden en dat het een schande was voor Alphen dat het gesloopt is. Maar voor ons had het gebouw echt emotionele waarde, we hebben er zoveel jaren elke dag op uitgekeken, maar ja nu hangt er een mooi schilderij van in de keuken. Maar ik begrijp ook niet dat er nou geen één stedenbouwkundige of architect is die dat gebouw kon integreren in de plannen en het nieuwe functie kon geven, maar goed dat zal wel allemaal met geld te maken hebben, en volgens mij heeft de NS daar ook veel invloed op gehad. Die wilde dat gebouw ook niet behouden. De spoorwegen hebben sowieso veel invloed gehad hoor. Maar ja als je bijvoorbeeld kijkt naar Bodegraven daar is het oude stationsgebouw nu een restaurant volgens mij, nou zoiets hadden ze hier ook kunnen doen, dat hadden denk ik veel mensen leuk gevonden.

11. Vindt u dat de gemeente met de nieuwe plannen rekening houdt met het bestaande karakter van Alphen?

Nou ik denk dat Alphen niet echt een karakter heeft, er was dus ook geen bestaand karakter van Alphen, er was niks, gewoon karakterloos en daar helpt zo'n station niet bij. Het is noch een klein dorpje, noch een grote stad. Het heeft geen eigen uitstraling en het heeft niks kenmerkends mooi.

12. Heeft u de indruk dat “de gemeente” de veranderingen heeft ingezet om tegemoet te komen aan wensen van de inwoners van Alphen? Zo ja, waarom, zo nee, waarom?

Nee, wat waren die wensen dan? Er zat echt niemand te wachten op een groter station. We hebben zelf altijd kunnen zien dat het nooit heel druk was op het station en op de perrons, er waren nooit heel veel mensen aan het wachten op de trein ofzo. En er waren goede faciliteiten bij het station, er was een stationsgebouw, een kiosk, een bloemenstalletje, een bewaakte fietsenstalling, ja het was gewoon prima zoals het was. Dus die behoefte aan een nieuw station kwam niet vanuit de Alphenaren en ook niet vanuit de reizigers. Er is denk ik wel behoefte aan woningbouw maar niet aan kantoorruimte. En die tunnel is wel goed hoor, volgens mij was Alphen ook verplicht om iets aan die spoorwegovergang te doen omdat het echt een onveilige situatie was. En misschien dat ze dachten van nou als het gebied toch helemaal op de schop gaat vanwege die tunnel dat ze dan gelijk de rest ook konden veranderen ofzo. En volgens mij komen er nu winkeltjes aan die zijkant van die tunnel. Maar er komt geen nieuw stationsgebouw, en dat vind ik eigenlijk niet erg, ik zit niet op een nieuw lelijk gebouw te wachten. Ik heb ook niet het idee dat de gemeente veel rekening houdt met de inwoners hoor. Net zoals bij dit stationsgebied, zogenaamd gaat het allemaal heel democratisch met inspraakavonden en klankbordgroepen enzo, maar uiteindelijk gebeurt er gewoon wat de gemeente wil. En ik begrijp ook wel dat er niet met iedereen rekening gehouden kan worden maar bij dit plan hebben echt heel veel mensen bezwaar gemaakt en er is bijna niks aangepast. Ik heb ook het idee dat ze al wat dingen ingecalculeerd hadden, ze wilde bijvoorbeeld gebouwen van 15 hoog, dan zeiden ze toch ons ja we willen gebouwen van 20 hoog. Nou wij allemaal bezwaar gemaakt en dan zeggen ze van ja oké, we komen jullie tegemoet de gebouwen worden maar 15 hoog. Dan lijkt het net alsof ze dat voor ons doen maar de gemeente doet gewoon eigenlijk precies wat ze zelf willen.

13. Als het gemeentelijk beleid niet tot stand is gekomen op wens van de bewoners, wat vermoedt u dan als drijfveer voor de ingrijpende veranderingen?

Ik denk economische belangen, en natuurlijk ook prestige dingen van wethouders, die het leuk vinden om hun naam ergens aan te verbinden. Net zoals het nieuwe stadhart in Alphen dat zijn projecten waar wethouders graag hun naam aan verbinden, dus echt prestige dingen voor hun zelf, dat ze kunnen zeggen van kijk dat heb ik gerealiseerd enzo. En ik denk van die economische belangen bijvoorbeeld dat Hotel Toor veel groter gaat worden en dat er kantoorruimtes en woningen komen waar de gemeente meer geld aan verdient.

14. Hoe zou u zelf de identiteit van Alphen aan den Rijn omschrijven? (is het een stad, een dorp, goed bereikbaar, juist niet, prettig wonen of juist niet etc.).

Ik vind dus eigenlijk dat het geen identiteit heeft. Het is echt een plaats waar veel forenzen wonen en waar veel import is. Er is weinig eigenheid. En ik denk dat die forenzen en die import mensen gewoon weinig met Alphen hebben. Er is nog wel een groep echte Alphenaren maar die groep wordt steeds kleiner omdat er zoveel nieuwbouw en dus import bijkomt. En die mensen wonen hier wel, maar werken ergens anders en als ze uit gaan of uit eten gaan doen ze dat ook buiten Alphen. Zo is het tenminste wel bij ons en bij veel vrienden van ons. Als we uit eten gaan ofzo dan gaan we toch naar Amsterdam. Maar dat komt ook omdat hier niks is, er is nergens een leuk kroegje ofzo waar je wat kan gaan drinken. Ik moet zeggen dat ik wel heel blij ben met het theater, dat zie ik wel echt als een aanwinst voor Alphen, daar gaan we ook wel regelmatig naartoe. Maar in Alphen lijkt het een beetje op het kip en ei verhaal haha, want mijn dochters en alle jongeren klagen ook altijd dat er niks te doen is in Alphen en dat ze niet uit kunnen gaan. Maar er is dan één discotheek, Choices, en als je daar dan komt op vrijdagavond dan is het daar gewoon leeg. Dus

dat is wel echt vreemd en dat is met meer dingen zo in Alphen. Iedereen denkt dat er in Alphen niks te doen is, daarom gaat iedereen naar de grote steden, maar wat er dan wel te doen is in Alphen daar gaat niemand naar toe, dus dan gaan die tentjes failliet en er komt sowieso niks nieuws. Maar ik werk nog in Alphen dus ik heb nog wel wat met deze plaats maar m'n man bijvoorbeeld die werkt in Den Haag, nou die komt nooit in het centrum van Alphen ofzo, die heeft hier echt helemaal niks behalve zijn huis. Doordeweeks is die altijd in Den Haag aan het werk, en als we in het weekend wat leuks gaan doen is dat eigenlijk altijd buiten Alphen.

15. Welk aspect van stedelijke identiteit vind u het belangrijkste en waarom?

- *Het historische aspect (de invloed van het verleden op een plaats).*
- *Het fysiek- ruimtelijke aspect (geografische locatie, stedenbouwkundige structuur, architectonische kwaliteiten).*
- *Het sociaal- ruimtelijke aspect (sociaal-culturele kenmerken van een plaats).*
- *Het conceptuele aspect (stedelijke identiteit als marketingconcept).*

Ja ik denk dat historisch het allerbelangrijkst is, die laatste daar geloof ik niet zo in. Ik denk dat ze dat in Alphen wel proberen maar ik weet niet of je een identiteit kan creëren. Ik denk dat de tweede ook wel belangrijk is, dat kan dan zowel oude als moderne architectuur zijn. Mooie moderne gebouwen zijn ook heel mooi, en ik hou zelf ook echt wel van moderne architectuur. Maar ik voel me altijd het meest thuis in oude historische steden, die hebben gewoon meer uitstraling en sfeer en ik weet niet of je dat kan creëren.

16. Als u Alphen aan den Rijn in een reclamefolder zou moeten promoten, wat zouden daar de speerpunten zijn waarvoor u aandacht vraagt?

Haha nou ik denk dat ik echt niet verder kom dan het Archeon, en een prachtig vogelpark, Avifauna. Ik ben er laatst nog geweest, nou dat is echt prachtig. Oh ja ik weet wel iets! De reden dat wij hier kwamen wonen is dat het zo centraal ligt, ik denk dat dat voor de meeste mensen geldt. Wij kwamen uit Groningen en gingen in het westen werken, en toen wilden we ook hier wonen nou dan kom je al snel uit op Alphen. De centrale ligging is echt een groot voordeel van Alphen en verder vind ik de twee toeristische attracties erg leuk en die zou ik wel in de folder zetten.

17. Voelt u zich Alphenaar? Zo ja, wat maakt dat u zich dat voelt? Verwacht u in de toekomst dat u blijft wonen in Alphen of dat u weg gaat uit Alphen? Zo ja, waarom?

Hmmz nou zo langzamerhand wel een beetje ja, ik werk in Alphen, ik ben journalist bij het Witte Weekblad (lokale krant). Door m'n werk ken ik heel veel mensen hier, en ben ik erg betrokken bij Alphen en alles wat hier gebeurt. Ik ben ook betrokken bij de politiek hier, ik ga vaak naar raadsvergaderingen en daar schrijf ik dan weer stukken over voor in de krant dus doordat ik hier werk en hier heel veel mensen ken voel ik me wel een beetje Alphenaar. Maar ik weet niet of ik in de toekomst hier wil blijven wonen, ik kom oorspronkelijk uit Friesland en ook al ben ik daar al ruim dertig jaar weg, maar toch zou ik daar wel weer willen wonen. Als mijn dochters het huis uit zijn ofzo, daar is zoveel meer ruimte en de mentaliteit van de mensen is heel anders, het leven is daar veel rustiger en de woningen zijn veel goedkoper. Ik heb hier ook helemaal geen familie wonen. Ik denk dat dit eigenlijk ook wel voor veel mensen geldt hoor, die hier in de jaren '80 zijn komen wonen, dat zijn er natuurlijk best veel, en dat nu hun kinderen ouder worden ze toch wel terug willen naar hun roots, naar waar ze oorspronkelijk vandaan komen, ja dat denk ik wel ja. Maar ik wil nog wel aangeven dat ik niet heel negatief ben hoor over het stationsgebied. Ik vind het jammer dat wel, en van het stationsgebouw ja dat vind ik heel jammer, maar ja ik begrijp ook wel dat de gemeente ergens moet bouwen en dat hier binnen de contouren van Alphen nog relatief veel ruimte is, dus ja het was ook wel een beetje te verwachten dat ze hier ooit zouden gaan bouwen.

Interview respondent 10.

1. Hoe lang bent u bekend met het stationsgebied, (hoe lang woont u in Alphen aan den Rijn?)

We wonen sinds 1980 in Alphen. We woonden eerst wel in een ander huis maar ook wel dichtbij het station. Eigenlijk vlak hierbij, achter het belastingkantoor weet je wel.

2. Hoe herinnert u zich het stationsgebied?

Uhm ja ik weet niet, gewoon neutraal. Ik ben ook geen treinreiziger, ik maakte nooit echt gebruik van het station.

3. Heeft u dat als positief of negatief ervaren ivm uw beeldvorming over Alphen aan den Rijn?

Uhm ja ook gewoon neutraal.

4. Voelt u zich betrokken bij het stationsgebied?

Jaja uiteraard, je woont er dichtbij, je woont er eigenlijk middenin. Ik voel me erbij betrokken omdat het ook mijn eigendom, mijn huis en mijn onroerend goed aangaat. Als er allerlei hoogbouw voor mijn huis komt en de waarde van woning daalt dan ben ik daar natuurlijk niet blij mee. Ik heb me daarom ook aangemeld voor de klankbordgroep. Ik ben degene die de bewoners van deze kant van het station vertegenwoordigde in de klankbordgroep. Maar dat ik me daarvoor heb aangemeld is natuurlijk gewoon eigen belang, ik wil niet dat de waarde van mijn huis daalt en ook van mijn woongenot. Om dat dus te voorkomen ben ik bij de klankbordgroep gegaan. Uiteindelijk vind ik dat de klankbordgroep niet goed functioneerde hoor, je hebt uiteindelijk niks te zeggen en de gemeente doet gewoon wat ze wil. Maar ik heb wel kunnen voorkomen dat de hoogbouw aan deze kant kwam. Het komt nu voornamelijk daar aan de kant van de Aziëlaan dat zien we op zich ook wel maar dat is zo ver weg dat mijn woongenot en mijn bezit niet in waarde daalt dus daar heb ik dan geen problemen mee. **Oké, hoe zit dat dan precies met zo'n klankbordgroep? U bent daar niet voor gevraagd?** Nee nee, toen ik van die plannen hoorde heb ik mezelf daarvoor aangemeld ik dacht van ja als het ook mijn bezit aangaat wil ik daar wel invloed op uit kunnen oefenen. En ja het is gewoon een groep van betrokkenen, dus ik was dan de vertegenwoordiger van de bewoners, en er was dan iemand van de fietsenbond, en iemand van Hotel Toor enzo, en de gemeente en de wethouder en ze delen dan de plannen mee. Er wordt gewoon verteld van dit en dit gaat er gebeuren en dan kan je dus zeggen van ja dat willen we niet, of niet zo hoog en dan zeggen ze van oké we zullen kijken wat we daar aan kunnen doen. En de volgende keer zeggen ze dan van ja daar konden we niks aan doen, want de NS dit of de provincie dat. **Oké en hoe vaak vindt zo'n bijeenkomst dan plaats?** Hmmz nou ongeveer één keer per maand. **Oké maar had u dan ook overleg met andere buurtbewoners aangezien u alle bewoners van deze zijde vertegenwoordigde?** Nee dat niet echt eigenlijk, ik had het er weleens over met burenen ofzo maar verder niet. **Oké, maar was uw dan de enige bewoner die in de klankbordgroep zat?** Ja wel van deze kant laat maar zeggen, van die huizen verderop was er ook nog iemand, maar verder niet, ook van de Kerk en Zanen kant zat er niemand in.

5. Heeft u er dagelijks mee te maken?

Ja wel gegeven het feit dat je er woont, maar ik reis niet vaak met de trein.

6. Wat weet u van de veranderingen rondom dit gebied?

Ja vrij veel, zoals ik al zei, ik was lid van de klankbordadviesgroep, ik was dus degene die de burgers vertegenwoordigde. Ik was dus nauw bij alle plannen

betrokken. En je probeert dan wat invloed uit te oefenen op de plannen en uiteraard heb je wel wat inspraak maar op de feitelijke besluitvorming heel weinig. **Oké, waar heeft u dan bijvoorbeeld invloed op kunnen uitoefenen?** Nou bijvoorbeeld op het oude stationsgebouw. De NS wil dat alle gelijkvloerse spoorwegkruisingen verdwijnen, de gemeente was dus verplicht om er iets aan doen. Je moet zo zien die grond is van de NS die hebben dus veel invloed. De NS heeft toen gezegd van oké, die gelijkvloerse spoorwegkruising moet verdwijnen dus wij bouwen een brug over het station voor de voetgangers en fietsers en dat zou de NS dan ook betalen, maar de gemeente wilde dat niet, en terecht ook want dat is natuurlijk gruwelijk. De gemeente heeft toen besloten om geen brug maar een tunnel te bouwen. Die tunnel is alleen vele malen duurder dan die brug. Die brug zou een paar tonnen kosten, dat betaalt de NS nu ook nog wel mee aan die tunnel maar de rest moet de gemeente betalen, ik weet niet of ze subsidie krijgen van Het Rijk of De Provincie, dat zou kunnen. Maar goed er werd dus besloten om een tunnel te bouwen, nou ja als je dat dan doet moet die tunnel wel goed zijn. Dat betekent, veilig, dus breed en licht, en vrouwvriendelijk en ervoor zorgen dat er geen hangjongeren komen en dat het geen criminaliteit in de hand werkt en dat er geen overlast van is. Die tunnel moet ook toegankelijk zijn voor mensen in een rolstoel, dus niet te stijl en te diep want dan kunnen die mensen er nooit meer uit, nou ja om die tunnel dus goed te maken moest het stationsgebouw wel wijken. Er waren wel mensen die dat niet wilden hoor, die zeiden van ja het is een mooi monumentaal gebouw, maar ja dat was het natuurlijk helemaal niet. Er was al zoveel aan verbouwd dat je niet kon spreken van een monument, iets is alleen een monument als het in de oorspronkelijke staat is. Dus dan kan je kiezen van of dat oude gebouw houden en een tunnel maken die niet veilig en niet goed toegankelijk is voor iedereen of je kiest voor een brede, veilige, lichte tunnel die toegankelijk is voor iedereen en dat het oude gebouw dan moet wijken, nou dan lijkt me de keuze dus makkelijk. Dat oude gebouw moest gewoon weg en dat is gelukkig ook gebeurd, en ik heb wel het idee dat ik daar invloed op heb kunnen uitoefenen. Met name mijn argument dat die tunnel ook toegankelijk moet zijn voor mensen in een rolstoel, en dus niet diep en stijl moet zijn maar breed en vlak gaf de doorslag. Daarmee heb ik de mensen wel kunnen overtuigen dat het stationsgebouw daarom echt weg moest, dus ik had eigenlijk wel gewonnen.

7. Beantwoorden die veranderingen aan uw eigen behoefte?

Voor zover ik behoefte had wel, m'n behoefte is mijn eigen belang. Ik reis verder niet per trein dus wat dat betreft heb ik geen behoefte maar ik wil niet dat er vlak voor mijn deur gigantische bouwwerken komen waardoor de waarde van mijn woning en woninggenot daalt. En nu wordt de waarde van het onroerend goed hier hoog, het is echt een A locatie en dat betekent dat de waarde van mijn woning ook hoog is dus dat is alleen maar positief. En ja weet je wat het is, al die plannen zijn allemaal toch niet tegen te houden, als je helemaal alleen wilt zijn en geen overlast wil hebben van andere dingen dan moet je maar op een onbewoond eiland gaan wonen. Dus het enige wat je kan is er voor zorgen dat je er zelf zo min mogelijk last van hebt en er zo weinig mogelijk nadelen van ondervindt.

8. Zijn er elementen die u bij voorbaat als heel positief/negatief inschat? Voor uzelf, of voor Alphen aan den Rijn?

Nou toen ik voor het eerst van de plannen hoorde en ik hoorde hoe hoog de bebouwing ging worden toen schrok ik wel een beetje, maar nu is de hoogte van de gebouwen toch al een beetje terug gedraaid door de crisis, haha leven de crisis, als het nog een tijdje zo doorgaat dan wordt het misschien allemaal wel op de lange baan geschoven haha. Ik heb ook de plannen van Hotel Toor nooit zien zitten, maar dat is nog afwachten of dat allemaal nu nog doorgaat. Kijk ik vind het moet geen Hoog Catherijne worden. We zijn een dorp en we kunnen wel stadse allure hebben maar je moet niet overdrijven, maar dat is gelukkig ook niet gebeurd. Ik denk dat het

al met al wel positief is voor Alphen. Alphen is de laatste jaren zo gegroeid daar moet toch rekening mee gehouden worden, en wat natuurlijk ook heel positief is, is de verbinding met Kerk en Zanen, die wordt veel beter. En ook de gehele verbetering van de bereikbaarheid van Alphen is positief. Ja al met al is het echt positief, ook de ruimte voor nieuwe voorzieningen en kantoren langs het spoor, zodat mensen dus eerder de trein pakken dan de auto. En wat ook goed is, vind ik dan, sommige mensen denken daar anders over, is dat de grote weg hier verlegd is. Eerst stond er nog een rij huizen waardoor er een gevaarlijke bocht in de weg zat, nu zijn de huizen gesloopt en de weg is verlegd. De weg is nu veel rechter, dus veiliger, alhoewel sommige mensen dan weer zeggen dat dat uitnodigt tot hard rijden en dus alsnog gevaarlijk is, maar ja daar zijn natuurlijk oplossingen voor, zoals het plaatsen van flietsplaatsen. Maar die bewoners van de Korte Conradstraat zijn er niet blij mee, want die weg ligt nu pal voor hun huis maar ja voor mij maakt het niet zoveel uit, ik vind dat het er alleen maar veiliger op is geworden. Maar de meeste positieve dingen vind ik dat de waarde van mijn onroerend goed is gestegen en de verbeterde verkeersontsluiting met Kerk en Zanen.

9. Zullen de veranderingen een beeldbepalende invloed hebben op Alphen aan den Rijn? Zo ja, hoe dan? Positief/ negatief? Verandert hierdoor het karakter van Alphen aan den Rijn?

Ja, de veranderingen zullen wel een beeldbepalende invloed hebben op Alphen, ja dat is wel positief ja. Ik denk dat Alphen binnen redelijk grenzen toch een stads karakter krijgt, dus het karakter verandert wel maar dat gebeurt al jaren hè, dat is al een hele tijd aan de gang, denk maar aan het stadshart en ze gaan meer dingen ontwikkelen bijvoorbeeld daar bij het Thorbeckeplein. Dus Alphen krijgt wel een meer stads karakter ja maar het blijft binnen bepaalde grenzen waardoor het nog wel leuk blijft.

10. Vindt u dat het oude stationsgebouw historische waarde had voor Alphen aan den Rijn? Wat vindt u ervan dat het gesloopt is?

Nee dat vind ik niet want het was geen monument en voor de functionaliteit van de ingreep was het nodig dat het gesloopt werd dus ik vind het uitstekend dat het gesloopt is.

11. Vindt u dat de gemeente met de nieuwe plannen rekening houdt met het bestaande karakter van Alphen?

Ja dat vind ik wel, stedenbouwtechnisch is er in alle plannen rekening gehouden met bestaande lijnen, zichtlijnen, et cetera. Ik weet niet of die termen je wat zeggen maar de gemeente heeft ook een beeldkwaliteit opgesteld waarin nauwkeurig staat beschreven wat waar komt en waarom en hoe het aansluit op de bestaande bebouwing, daar wordt helemaal op doorgebouwd zodat het wel een eenheid vormt.

12. Heeft u de indruk dat “de gemeente” de veranderingen heeft ingezet om tegemoet te komen aan wensen van de inwoners van Alphen? Zo ja, waarom, zo nee, waarom?

Ja in die zin dat het is aangezwengeld door het beleid van de spoorwegen. De NS wil alle gelijkvloerse spoorwegkruisingen opheffen en wilde daarvoor in de plaats een brug. De gemeente heeft zich daar mee bemoeid en ervoor gezorgd dat die stupide brug er niet is gekomen, maar dat er een onderdoorgang is gekomen, dat hebben ze wel gedaan in het belang van bewoners en gebruikers.

13. Als het gemeentelijk beleid niet tot stand is gekomen op wens van de bewoners, wat vermoedt u dan als drijfveer voor de ingrijpende veranderingen?

Uhm ja dat kan ik niet beoordelen, ik vind dat de gemeente de veranderingen wel heeft ingezet voor de bewoners.

14. Hoe zou u zelf de identiteit van Alphen aan den Rijn omschrijven? (is het een stad, een dorp, goed bereikbaar, juist niet, prettig wonen of juist niet etc.).

Een beetje uit z'n krachten gegroeid dorp met een redelijke regionale functie. Ik kom uit Amsterdam daarmee is dit niet te vergelijken maar in principe zijn alle faciliteiten hier aanwezig. Het is ook redelijk in de buurt van alles wat er in de Randstad is. Alphen heeft goede sportfaciliteiten en het is een goede woonomgeving.

15. Welk aspect van stedelijk identiteit vindt u het belangrijkste en waarom?

- *Het historische aspect (de invloed van het verleden op een plaats).*
- *Het fysiek- ruimtelijke aspect (geografische locatie, stedenbouwkundige structuur, architectonische kwaliteiten).*
- *Het sociaal- ruimtelijke aspect (sociaal-culturele kenmerken van een plaats).*
- *Het conceptuele aspect (stedelijke identiteit als marketingconcept).*

Uhm ja ik vind de mensen, die bepalen de stad maar het is natuurlijk een wisselwerking, de stad bepaalt ook wat voor mensen er wonen. Dus de mensen bepalen de stad, maar de stad bepaalt ook de mensen. Alphen is bijvoorbeeld economisch vrij sterk, we hebben veel faciliteiten, we hebben veel schone industrie, we hebben veel dienstverlening. We hebben een goede mix van forenzen en mensen die in Alphen wonen en werken, wat goed is voor de leefbaarheid van de stad. Alphen is een echte woongemeenschap.

16. Als u Alphen aan den Rijn in een reclamefolder zou moeten promoten, wat zouden daar de speerpunten zijn waarvoor u aandacht vraagt?

De slogan die wij vroeger als VOA (Vereniging Ondernemers Alphen) gebruikte was: "Alphen: de hele Randstad ligt erom heen". Vanuit Alphen ben je binnen een half uur in alle grote steden. Het ligt landelijk gezien echt in het centrum en het heeft ook nog groen eromheen. En Alphen zit echt tussen een stad en dorp in, en dat is ook erg goed. Alphen en het station moet vooral niet worden zoals Hoog Catherijne in Utrecht of zoals Amersfoort. Alphen moet de plannen ook helemaal niet opblazen en nog groter worden. Alphen is nou eenmaal geen grote landelijke stad en dat is maar goed ook denk ik. Dat brengt ook nare aspecten met zich mee, zoals criminaliteit.

17. Voelt u zich Alphenaar? Zo ja, wat maakt dat u zich dat voelt? Verwacht u in de toekomst dat u blijft wonen in Alphen of dat u weg gaat uit Alphen? Zo ja, waarom?

Ja ik voel me wel Alphenaar, omdat ik me hier lekker gesetteld heb, ik heb mijn bedrijven hier, m'n kinderen zijn hier geboren en opgegroeid, ik ben betrokken bij de sport hier, met name waterpolo dan, m'n vrouw heeft hier een peuterspeelzaal, ja we zijn hier helemaal geïntegreerd. In de toekomst blijven we hier wel ja, maar wel voor de helft van de tijd, de andere helft zitten we in Frankrijk want daar hebben we een tweede huis.

Interview respondent 11.

1. Hoe lang bent u bekend met het stationsgebied, (hoe lang woont u in Alphen aan den Rijn?)

Ik denk al een jaar of tien, ik woon in ieder geval tien jaar in Alphen. We wonen nu vier jaar in dit huis, maar ik heb ook in de Oranjestraat gewoond en in het rijtje bij het station wat nu gesloopt is. Daar heb ik anti- kraak gewoond, met allemaal jongeren, supergezellig en spot goedkoop, ik betaalde maar 140 euro inclusief per maand, dat was echt ideaal haha. Ik heb dus in een straal van 100 meter op drie plekken gewoond haha, dus ik ben goed bekend met dit gebied.

2. Hoe herinnert u zich het stationsgebied?

Uhm ik herinner me het station met een heel klein schattig wit gebouwtje waar vroeger nog loketten waren en een winkeltje. De bussen stonden hiervoor, en de achterkant, bij Kerk en Zanen was nog helemaal open en onbebouwd. Ja het was gewoon een heel klein fijn stationhuisje waar je binnen ook nog een sigaretje mocht roken, maar ik vond het de laatste tijd, toen de loketten al gesloten waren en er alleen nog een winkel zat echt achteruitgegaan, het had toen ook geen echte functie meer.

3. Heeft u dat als positief of negatief ervaren ivm uw beeldvorming over Alphen aan den Rijn?

Positief, niet negatief in ieder geval. Alleen toen de loketten verdwenen waren had het eigenlijk geen waarde en geen functie meer. Je kan sinds dat moment alleen nog maar kaartjes kopen bij een automaat.

4. Voelt u zich betrokken bij het stationsgebied?

Ja, omdat ik er recht tegenover woon, alles wat hier gebeurt is direct van invloed op mijn eigen leef- en woonplezier. We wonen nu vier jaar in dit huis, in een hele leuke buurt, en toen we dit huis kochten wisten we van de plannen omdat we dus hiervoor ook in andere straten bij het station hebben gewoond, maar die plannen hebben ons er niet van weerhouden dit huis te kopen, maar omdat de veranderingen wel in je directe leefomgeving plaatsvinden wil je wel weten wat er gebeurt en voel je je er wel heel betrokken bij.

5. Heeft u er dagelijks mee te maken?

Ja, in elk geval wat betreft uitzicht, de vraag is of dat storend is of niet. Je ziet natuurlijk altijd dat er iets gebeurt en dat ze aan het werk zijn. **Reist u ook met de trein?** Ik niet maar m'n man wel, maar als er problemen zijn met het spoor heeft hij daar niet veel hinder van want hij kan altijd de auto pakken.

6. Wat weet u van de veranderingen rondom dit gebied?

Wat er gebeurt aan bouw weet ik, ik ken de plannen, ik weet hoe het eruit gaat zien, niet tot in detail maar wel zo ongeveer. Ik ben redelijk goed op de hoogte en de gemeente houdt je ook heel goed op de hoogte. We krijgen veel nieuwsbrieven en er zijn inloopavonden enzo.

7. Beantwoorden die veranderingen aan uw eigen behoefte?

Nee ik heb geen behoefte, maar ik vind het ook niet erg ik ben gewoon neutraal. Ik wist dat dit allemaal ging gebeuren toen ik hier kwam wonen. We krijgen hier wel pal voor flats, maar ja zo is het gewoon. Mijn uitzicht verandert wel maar dat brengt ook weer een stukje reuring met zich mee. Het liefst heb ik natuurlijk ook een klein stationnetje waardoor ik op de trein kan blijven kijken in plaats van flats, want straks zie ik de trein niet. Maar ja Alphen ontwikkelt zich gewoon en waar je vind je nou nog een leuk klein stationnetje in een stad met meer dan 70.000 inwoners, dat is gewoon

een illusie. En de huizenbouw vind ik niet negatief, kijk ik woon niet midden in de polder dus je weet gewoon dat hier huizen zijn en er meer zullen komen.

8. Zijn er elementen die u bij voorbaat als heel positief/negatief inschat? Voor uzelf, of voor Alphen aan den Rijn?

Jaja zeker, je kan straks pinnen op het station dat is natuurlijk mazzel haha. Ik hoop dat de doorstroming van het verkeer wat beter wordt. Dat het fietsverkeer dus gebruik maakt van de tunnel in plaats van de rotonde verderop. In de spits staat het best vaak vast omdat alle auto's moeten wachten op de fietsers. Veel fietsers mijden nu het station omdat het zo'n chaotische overgang is maar ik hoop dat als de tunnel klaar is dat ze die gaan gebruiken en dat het autoverkeer dan beter doorstroomt. Wat ik ook positief vind is dat als de bouwput weg is en het er gewoon allemaal weer netjes uitziet. En ik lijk wel tachtig hoor haha maar ik vind het gewoon leuk om naar de bussen en treinen en taxi's te kijken dus ik vind het positief als de bussen en de taxi standplaats weer hiervoor is en dat je normaal verkeer hebt om naar te kijken in plaats van alleen maar bouwverkeer. En ik denk dat alles gewoon mooier wordt en er frisser uit gaat zien en dat is gewoon positief voor je leefomgeving. Oh ja ik heb wel een kritiekpunt, de parkeeroverlast, dat is nu al heel erg, en dat wordt natuurlijk alleen maar erger. Daar voorzie ik grote problemen en geen oplossingen.

9. Zullen de veranderingen een beeldbepalende invloed hebben op Alphen aan den Rijn? Zo ja, hoe dan? Positief/ negatief? Verandert hierdoor het karakter van Alphen aan den Rijn?

Ja, het station is voor heel veel mensen een binnenkomst, als dat er dan netjes uitziet maakt dat een positieve indruk zowel voor eenmalige bezoekers van de stad als voor dagelijkse reizigers. Kijk maar bijvoorbeeld naar Antwerpen, dat heeft een prachtig station en dat is echt een warm welkom. Ik geloof niet dat het karakter verandert, wel het beeld wat mensen van buiten Alphen over Alphen hebben maar het beeld naar buiten toe mag wel wat opgefrist worden dus dat is alleen maar goed. Maar voor de Alphenaren zelf verandert het karakter niet hoor, het blijft gewoon een dorp, er wordt ook altijd gesproken over het dorp, en ik hoop dat dat zo blijft.

10. Vindt u dat het oude stationsgebouw historische waarde had voor Alphen aan den Rijn? Wat vindt u ervan dat het gesloopt is?

Ik kan het niet zo heel goed beoordelen, ik denk wel dat het voor de oudere generatie historische waarde had. Als je die oude plaatjes ziet is het een heel schattig huisje, maar het was wel in de tijd van toen. Ik vind niet dat het behouden had moeten blijven, ik vind het wel logisch dat het gesloopt is, het was eigenlijk gewoon een oud huisje en daar hebben we er zo veel van en die gaan ook plat dus het station ook, hoe lullig dat ook is voor sommige mensen. Maar goed ik ben jong, ik ben 32 dus voor mij had het geen historische waarde maar ik denk voor oudere mensen wel.

11. Vindt u dat de gemeente met de nieuwe plannen rekening houdt met het bestaande karakter van Alphen?

Ja ik vind van wel ja, de gemeente Alphen wil heel graag vernieuwen, en in die zin past de ontwikkeling van het nieuwe station bij de nieuwe ontwikkelingen in Alphen zoals in Kerk en Zanen, Burggooi en het nieuwe stadshart. Het past ook bij een stad met meer dan 70.000 inwoners. Kijk al hadden ze dit vijftien jaar geleden gedaan dan was het voor de musica lopen. Maar ik vind het nu niet over de top, ik weet dat veel mensen dat wel vinden maar ja je hebt altijd zeurders. Ik denk dat een groter en nieuwer station past bij een echte stad van 70.000 inwoners. En die 70.000 inwoners hebben ook recht op een goed station. Ik vind die fietsappel ook heel leuk, ik hoop alleen wel dat die ook echt functioneel is. En kijk weet je, zo'n plan heeft altijd voor en nadelen, maar ik denk dat de ontwikkeling van het station past bij de tijdgeest van nu.

Ouderen mensen willen geen veranderingen maar ja zo werkt het gewoon tegenwoordig.

12. Heeft u de indruk dat “de gemeente” de veranderingen heeft ingezet om tegemoet te komen aan wensen van de inwoners van Alphen? Zo ja, waarom, zo nee, waarom?

Uhhh ik denk in eerste instantie dat het meer gaat om beeldbepalend te zijn, voor het gezicht naar buiten toe, ik denk niet dat het direct voor onze inwoners is gedaan.

13. Als het gemeentelijk beleid niet tot stand is gekomen op wens van de bewoners, wat vermoedt u dan als drijfveer voor de ingrijpende veranderingen?

Ja wat ik net al zei gezichtsbepaling, hoe Alphen zich naar buiten toe presenteert, dat vindt onze gemeente gewoon heel erg belangrijk, dat geldt niet alleen voor het stationsgebied maar dat zie je in meer dingen terug.

14. Hoe zou u zelf de identiteit van Alphen aan den Rijn omschrijven? (is het een stad, een dorp, goed bereikbaar, juist niet, prettig wonen of juist niet etc.).

Als een dorp, naar buiten toe en voor vreemdelingen oogt het misschien als een stad. Maar voor ons is het gewoon een dorp, het is toch van ons kent ons. De gemeente wil dat beeld naar buiten toe niet afgeven maar zo is het wel, iedereen hier of zeker 90% van de Alphenaren maar misschien wel meer heeft het over het dorp. En het blijft de identiteit van een dorp houden ondanks alle veranderingen, dat komt omdat het in de basis, de basis daarmee bedoel ik de inwoners dorps is. Als de inwoners het als een dorp zien dan is het dat want de inwoners vormen de basis van de stad. Je ziet ook dat veel mensen hier blijven hangen en dat hier hele families wonen, dus dat is toch wel dat dorpse gevoel. Ik heb zelf ook een sociaal beroep in Alphen, ik kom bij heel veel mensen thuis en ken daardoor heel veel mensen en dan heb je ook altijd van die gesprekken van ken je die en die nog, en ohhh ken jij die ook, dus dan zie je dat de inwoners van Alphen hun eigen leefomgeving als dorps beleven. En je merkt het ook aan het feit dat er wordt gesproken over import, over mensen die van buiten komen.

15. Welk aspect van identiteit vindt u het belangrijkste en waarom?

- ***Het historische aspect (de invloed van het verleden op een plaats).***
- ***Het fysiek- ruimtelijk aspect (geografische locatie, stedenbouwkundige structuur, architectonische kwaliteiten).***
- ***Het sociaal- ruimtelijke aspect (sociaal-culturele kenmerken van een plaats).***
- ***Het conceptuele aspect (stedelijke identiteit als marketingconcept).***

Ik vind zelf het sociale aspect het belangrijkste, maar ik heb het idee dat de gemeente inzet op de laatste, ik vind dat ook goed, je moet je als stad ook op de kaart zetten en dat doet onze gemeente. We hebben goede vertegenwoordigers van de stad, maar de gemeente moet het sociale aspect niet uit het oog verliezen want dat vormt de basis van de stad. Ik denk ook dat Alphen allemaal uit verschillende delen bestaat die ook allemaal hun eigen identiteit hebben, dat zijn kleine dorpjes opzich, dat zie je ook terug in grote steden zoals Leiden, Den Haag en Utrecht, daar heb je ook allemaal verschillende delen en elk deel heeft zijn eigen identiteit. Je merkt dat ook in Alphen doordat heel veel mensen verhuizen binnen Alphen. De verhuizingsgraad in Alphen is heel hoog maar het migratiecijfer is niet hoger als in andere plaatsen dus dat betekent dat er binnen Alphen heel veel verhuisd wordt en dat komt ook omdat Alphen allemaal verschillende delen heeft. Dit deel is bijvoorbeeld heel anders dan Kerk en Zanen, en je verhuist dan wel binnen de stadsgrenzen maar wel over dorps grenzen. Als je bijvoorbeeld kijkt naar het Rode dorp of het Groene dorp die hebben echt een eigen identiteit. En ik heb ook een tijdje in Kerk en Zanen gewoond maar dat vond ik echt een drama. Dus het zijn eigenlijk allemaal dorpjes op zich.

16. Als u Alphen aan den Rijn in een reclamefolder zou moeten promoten, wat zouden daar de speerpunten zijn waarvoor u aandacht vraagt?

Moet ik nu een slogan bedenken? **Hoeft niet maar kan wel, zou wel leuk zijn.** Oké, nou dan zou ik zeggen: "Alphen, stad met veel mogelijkheden en dorps karakter". Met stadse mogelijkheden bedoel ik dan gewoon wat betreft winkelaanbod en uitgaansgelegenheden, met name horeca en restaurants. En wat ook belangrijk is voor Alphen is de archeologische waarde in Alphen en van Alphen, voor mij gezien is dat mooi meegenomen maar voor liefhebbers is dat ook belangrijk.

17. Voelt u zich Alphenaar? Zo ja, wat maakt dat u zich dat voelt? Verwacht u in de toekomst dat u blijft wonen in Alphen of dat u weg gaat uit Alphen? Zo ja, waarom?

Ja, absoluut, ja hoe komt dat eigenlijk? Uhm ja ik denk dat ik het hier juist zo prettig vind omdat het zo dorps is. Ik ben hier op m'n 21^e komen wonen, daarvoor woonde ik altijd in Aarlanderveen en dan zat ik wel hier op school en dan zag je Alphen echt als de grote stad. Maar ik heb in Alphen echt een thuis gevoel en dat heb ik altijd al gehad. Dus zodra de mogelijkheid er was ben ik gelijk naar Alphen gegaan, en dat gebeurt niet vaak hoor. Je ziet het in Aarlanderveen maar ook bijvoorbeeld in Zwammerdam er wordt alles aan gedaan om de jongeren in het dorp te houden, ze bouwen er zelfs huizen voor, dus toen ik hier heen ging werd me dat niet in dank afgenomen want je hoort gewoon op het dorp te blijven maar ik ben hier helemaal in m'n nopjes. Ik heb altijd in het centrum gewoond en als het dan jaarmarkt is, of oldtimerdag of gondelvaart, ik vind het allemaal helemaal fantastisch en ik doe overal aan mee. Die jaarlijks terugkerende evenementen zijn heel leuk in Alphen en dat is ook echt iets dorps, daarmee behoudt je ook het dorps karakter. Zelfs oud Alphenaren zijn al opgegroeid met de jaarmarkt en de paardenmarkt. Die evenementen zijn dus niet in het leven geroepen om Alphen een stadse uitstraling te geven, die zijn er altijd al geweest. Ik blijf hier in de toekomst wonen ja, zeker weten, maar dan wel in dit deel. Er zijn delen waar ik niet dood gevonden wil worden, dan ga ik liever verhuizen. Maar dit is zo centraal gelegen, en in Alphen zelf en in de Randstad dat zolang ik hier kan blijven wonen ik dat doe. Maar als ik bijvoorbeeld in de Horstenbuurt of Oude ambachtenbuurt zou moeten wonen dan zou ik wel verhuizen, maar hier is het ideaal. We hebben een ruim huis, een ruime tuin voor de kinderen, de kinderen kunnen buiten spelen, de omgeving is heel fijn, de buurt is heel leuk, iedereen let op elkaar zonder zich met elkaar te bemoeien, dat vind ik allemaal erg fijn. En ja nu komen er hier wel flats maar dat vind ik niet erg genoeg om te verhuizen en je moet zo zien het is ons ook niet door de strot geduwd, wij waren al op de hoogte van deze plannen toen we dit huis kochten. En die bewoners van die flats kunnen wel bij ons naar binnen kijken, maar ja hoe erg is dat, wij kunnen ook bij hun naar binnen kijken en ja zo gaat dat nou eenmaal in een stad.

Interview respondent 12.

1. Hoe lang bent u bekend met het stationsgebied, (hoe lang woont u in Alphen aan den Rijn?)

Als gebied op zich? **Ja.** Nou ik ben een geboren Alphenaar dus in principe al m'n hele leven. **Oké en hoe lang woont u al hier?** Uhm zesentwintig jaar.

2. Hoe herinnert u zich het stationsgebied?

Als een aardig knus wit gebouwtje, passend bij een van oorsprong kleine plaats en wel beeldbepalend voor het stationsgebied.

3. Heeft u dat als positief of negatief ervaren ivm uw beeldvorming over Alphen aan den Rijn?

Visueel gezien als positief onderdeel van de omgeving ja.

4. Voelt u zich betrokken bij het stationsgebied?

Ja zeker, ik woon er en ik heb voor m'n werk heel veel jaren met de trein gereisd.

5. Heeft u er dagelijks mee te maken?

Ja, gewoon al als zichtpunt. **Oké, en reist u nog met de trein?** Tegenwoordig werk ik in Alphen dus ik reis nu nog maar heel af en toe met de trein.

6. Wat weet u van de veranderingen rondom dit gebied?

Uhm ja in april 1999 kregen wij als bewoners een uitnodiging van de gemeente voor de eerste informatie- avond. Die avond is toen vrij desastreus verlopen door een slechte aanpak van de gemeente. Er werd ons onjuiste informatie gegeven en dat werd gelijk duidelijk. Sindsdien ben ik bij bijna elke informatie- avond, discussie-avond en inspraak- avond geweest. Daarnaast wordt er ruimschoots informatie volstrekt door de gemeente, dat gebeurt ook op een professionele manier. Je wordt als bewoner ook tijdig geïnformeerd wanneer commissievergaderingen zijn met inspraakmogelijkheden dus ik ben over het algemeen goed op de hoogte. Ik wil er wel bij aantekenen dat die discussie- avonden niet zo ruim zijn als je mag verwachten. En toen ik dit huis kocht wist ik van de plannen voor Kerk en Zanen, maar toen ik eenmaal de plannen voor het stationsgebied te horen kreeg schrok ik me rot, met name vanwege het bouwvolume en de bouwhoogte, dus toen ik dat eenmaal hoorde ben ik me ook wel echt in die plannen gaan verdiepen ja.

7. Beantwoorden die veranderingen aan uw eigen behoefte?

Nee, ik heb begrip voor de wens van de NS en ook van de gemeente dat er een fatsoenlijke oversteek moet komen. Het is nu allemaal vrij primitief, het is ook een semi-illegale oversteek en dat is de schuld van de gemeente. Je kon hier eerst nooit Kerk en Zanen in en toen opeens in een zomervakantie hebben ze een soort overgang gemaakt. Die overgang is lang gedoogd maar het is geen fatsoenlijke overgang voor grote fietsers- en voetgangers stromen. Daarnaast vind ik de grootschalige hoogbouw zowel uit persoonlijk als uit stedenbouwkundig perspectief geen goede zet.

8. Zijn er elementen die u bij voorbaat als heel positief/negatief inschat? Voor uzelf, of voor Alphen aan den Rijn?

Uhm ja negatief, de hoogte van de bouwblokken. Dat geldt in dit gebied voor mij persoonlijk, maar ook voor Alphen als geheel. Zeker voor dit gedeelte van Alphen, wat toch de oude kant is, is het een te abrupte overgang van oude laagbouw naar enorme moderne hoogbouw, van wel vijftien hoog. Daarvoor is het gebied gewoon te klein, en het past niet in het totale plaatje. Het sluit totaal niet aan bij de stedenbouwkundige structuur. Het hoogste wat we nu hebben is vijf of zes hoog en ik

denk dat je dat als maximum moet nemen. Daarnaast als je gaat kijken naar de bestemming ervan dan zie je dat er een enorm kantorenoppervlak komt. Terwijl toen dit plan werd ontwikkeld er al een enorme leegstand van kantoren was in Alphen, en de gemeente zegt wel van wij bouwen niet voor leegstand, maar er was en is heel veel leegstand. De enige reden waarom ik kan bedenken dat ze zo'n groot kantorenoppervlak doen is het financiële plaatje en het grondkostenplaatje. Nou verder is er volgens de wethouder behoefte aan goedkope woningen, dus ik heb hem destijds de vraag gesteld nou waarom worden die dan niet in Kerk en Zanen gebouwd, waar ze volop aan het bouwen en ontwikkelen zijn. Toen zei de wethouder tegen mij, ja dat is toch geen gezicht als je Alphen vanuit de polder komt binnen rijden en je ziet die grote bouwblokken. En dan denk ik van nou dat wordt nu precies zo als je met het spoor binnen komt, dan zie je die grote bouwblokken hier staan. En alsnog zie je ze ook staan als je via de autoweg komt omdat ze veel hoger zijn dan de rest, alleen staat het dan niet aan de rand. En wat mij persoonlijk ook tegen de borst stuit is de allure waar steeds over gesproken wordt. Alphen wil grootstedelijk worden terwijl Alphen dat niet in zich heeft. Ik zie het stationsgebied echt als een paradepaardje van de gemeente. Er is hier een groot minderwaardigheidsgevoel als gemeente zijnde en daarom willen ze dat Alphen grootstedelijk wordt, maar dat gaat nooit gebeuren. **Oké, maar denkt u dat een nieuwe stationsomgeving en een nieuw stadshart et cetera daar ook niet voor kunnen zorgen?** Nee, al bouwen ze allemaal nieuwe projecten het zal altijd een streekcentrum blijven dat verbleekt bij Gouda en Leiden simpelweg omdat Alphen geen historie heeft. We hebben geen gezellig oud stadscentrum met leuke kleine zijstraatjes en verassende steegjes, Alphen mist die uitstraling. Diverse onderzoeken hebben uitgewezen dat als mensen gaan winkelen of uitgaan een mix van oud en nieuw het meest op prijs stellen. Nou we hebben dan de Van Mandersloo straat, maar de Raadhuisstraat blijft er ook een beetje bij hangen, maar we hebben gewoon geen gezellig oud centrum. Daarnaast wil ik verder nog zeggen dat ook de parkeergelegenheden heel slecht zijn. Momenteel is de parkeerdruk hier in de buurt erg hoog en het ziet er niet naar uit dat dat gaat veranderen. Waarschijnlijk wordt dat alleen maar erger als hier meer kantoren en woningen komen. Dat komt doordat de parkeerplaats bij het station, die altijd gratis was, de gemeente daar nu betaald parkeren heeft ingevoerd. Nou die parkeerplaats was altijd vol maar sindsdien staat er niemand meer. Die staan nu allemaal hier, en op het lege parkeerterrein van L'oreal haha, ja dat staat nu toch leeg. Maar dat snap ik dan gewoon niet, ze willen mensen stimuleren om gebruik te maken van het openbaar vervoer, nou zorg dan dat daar goede faciliteiten zijn, dus gratis parkeren, genoeg parkeermogelijkheden en een goede fietsenstalling. De meeste mensen die uit de regio komen en gebruik maken van dit station komen met de auto en dat is ook heel logisch want het regionaal openbaar vervoer is heel slecht, de bussen gaan maar één keer per uur, en de meeste dorpen hebben geen station, dus ja die mensen komen met de auto. Het lijkt mij het beste als ze hier een blauwe zone van maken en dan voor de bewoners een vergunning, dat hebben ze ook aan de Kerk en Zanen zijde gedaan, dat is in ieder geval voor de bewoners het beste maar daarmee is het parkeerprobleem nog niet opgelost.

9. Zullen de veranderingen een beeldbepalende invloed hebben op Alphen aan den Rijn? Zo ja, hoe dan? Positief/ negatief? Verandert hierdoor het karakter van Alphen aan den Rijn?

Uhm voor de bewoners denk ik het niet, het enthousiasme is, zover ik het proef op avonden bij de gemeente in de buurt niet zo erg groot, dan druk ik me nog voorzichtig uit. Zeker de mensen aan de overkant zijn erg negatief want die krijgen de hoogste bouwblokken voor zich. En ik denk dat het beeld van mensen van buiten Alphen ook niet zo erg beïnvloed wordt. Want dan kom je aan op het nieuwe station en dan kom je terecht in de hoogbouw. Maar de mensen die hier op het station komen, die komen hier voor het werk. Ik heb vijftien jaar lang met de trein naar Rotterdam gereisd en er

is hier op het station een druk forenzenverkeer. Mensen komen niet gezellig een dagje naar Alphen, als er al mensen komen dan komen ze voor het centrum of Archeon maar niet voor de stationsomgeving. Ook als je kijkt naar de invulling van de gebouwen valt er niet veel te beleven. Ik denk niet dat het karakter van Alphen hierdoor verandert, een deel van het plangebied sluit aan bij Kerk en Zanen. Dat is een nieuwe geprojecteerde wijk dus het is logisch dat die kant opgevuld wordt. En aan deze kant denk ik dat nieuwbouw niet van invloed is op het echte Alphense.

10. Vindt u dat het oude stationsgebouw historische waarde had voor Alphen aan den Rijn? Wat vindt u ervan dat het gesloopt is?

Ja, ik vind het jammer dat het gesloopt is. Het was geen heel erg bijzonder gebouw, het was een doorsnee stationsgebouw, maar ik had het leuk gevonden als het een andere bestemming had gekregen bijvoorbeeld horeca. Ze hadden het mooi kunnen opknappen en leuk kunnen aankleden en er dan een nieuwe bestemming aan geven. Op dit moment is er ook niets voor reizigers en in de nieuwe plannen komt er ook geen stationsgebouw terug. Er komt waarschijnlijk een NS servicepunt op de benedenverdieping van één van de kantoren maar verder komt er niets. En ik denk toch voor reizigers met uitval van treinen dat het toch echt fijn is als er bij het station een punt is waar de reizigers kunnen wachten. Je kan nu eventueel naar Hotel Toor maar dat is toch te ver lopen om even snel een kop koffie te pakken. En ze willen hier zo graag een mix van functies maar het enige wat er komt is een hotel, appartementen en kantoren. En er komt misschien een avondwinkeltje in het oude belastingkantoor, wat ze nu aan het verbouwen zijn, maar ja brengt dat dan levendigheid in de stationsomgeving. En hier tegenover komen bouwblokken met op de begane grond dienstverlening en daarboven woningen. Nou als ik zie hoe moeilijk het is om momenteel winkels te krijgen, ook in het centrum, en dat is eigenlijk al jaren zo vraag ik me af hoe dat gaat verlopen. Misschien dat er een winkeltje komt voor reizigers, maar ik denk dat er veel leegstand zal zijn of dat er winkels zijn die na één of twee jaar de huur niet meer kunnen betalen en failliet gaan, en dat er dan leegstand komt en dat het dan verpaupert. Ik denk ook dat de prijzen veel te hoog zijn en dat er daardoor geen vulling komt voor de winkels. Alphen is niet een plaats die heel veel trekt buiten de meest standaard winkelketens. De aparte winkels willen sowieso in het centrum dus ja wat het hier gaat worden..... ik heb er een hard hoofd in.

11. Vindt u dat de gemeente met de nieuwe plannen rekening houdt met het bestaande karakter van Alphen?

Uhm te weinig, op basis van de eerste plannen heb ik wat alternatieven bedacht. Ik denk van ja ze gaan sowieso toch wel bouwen en dan kan je wel constant nee lopen gillen maar dat heeft al helemaal geen zin dus toen heb ik wat alternatieven ingediend. Ze wilde bijvoorbeeld eerst het busstation achter de woningen doen, maar dan komen de woningen hier wel erg dichtbij te staan en bovendien is er dan geen sociale controle op het busstation omdat de benedenverdieping van die woningen dienstverlening wordt. Dus ik had daar een alternatief voor bedacht, nou ja daar heb ik nooit meer wat over gehoord. Krijg ik tweeënhalve jaar later de herziene versie van het plan, staat mijn idee erin, nou niemand heeft mij dat ooit verteld. Ik denk dat er geen goed gebruik is gemaakt van de ideeën uit de buurt en van de situatie zoals die zou kunnen zijn. Ik denk dat voor de facelift van het stationsgebied teveel is gekeken naar Utrecht en Leiden maar daar valt het toch niet mee te vergelijken. Ik heb bijvoorbeeld ook aangegeven dat ze eens konden kijken naar het station van Rijswijk. Die hebben het spoor naar beneden gehaald, verdiept laat maar zeggen en dan de bebouwing daarop, dat is echt goed gedaan. Maar voor dit station waren er vier varianten maar van te voren stond eigenlijk vast welke het zou worden. De andere alternatieven waren bij voorbaat kansloos.

12. Heeft u de indruk dat “de gemeente” de veranderingen heeft ingezet om tegemoet te komen aan wensen van de inwoners van Alphen? Zo ja, waarom, zo nee, waarom?

Nee, er is geen vooronderzoek gedaan in de buurt voor de allereerste planschetsen, zo van we gaan eerst eens kijken wat de bewoners aantrekkelijk vinden. Het had meer in overleg met de burgers gemoeten, dat leidt ook tot betere projecten. Ik heb twee publicaties gelezen van een project in Groningen en een project in Dordrecht, daar was door grootschalige veranderingen een heftig conflict ontstaan tussen bewoners en gemeente. Ze hebben toen die plannen letterlijk in de vuilnisbak gegooid en zijn toen met alle partijen aan tafel gaan zitten en hebben dus ook aan de burgers gevraagd wat zij dan willen. Zo krijg je een plan waarbij en de gemeente en de projectontwikkelaars en de burgers kunnen profiteren. Hier liep het op een gegeven moment op één van die informatie- avonden ook echt uit de hand. Dat kwam onder andere doordat er maar één bewoner in de klankbordgroep zat en die mocht alleen op persoonlijke titel spreken, terwijl iemand die daar voor Prorail zit wel namens een organisatie spreekt. Dat is natuurlijk raar want anders zou die bewoner kunnen zeggen van nou 80% van de Korte Conraadstraat vindt dit of dat, maar goed dat mocht dus niet. Maar het leek mij ook wel leuk om in de klankbordgroep te zitten dus ik heb toen contact opgenomen met de wethouder, die reageerde wel positief, met name omdat ik ook geograaf ben, dat zag die dat wel zitten dus die zei van ja dan moet je nog maar even mailen zodat we nog het één en ander kunnen kortsluiten. Nou ik dat gedaan, geen reactie, nog eens gemaild, weer geen reactie, nou ja kort en goed, ik heb vele malen gemaild en gebeld maar ik heb er nooit meer wat over gehoord. Dus toen er weer een keer zo'n informatie- avond was, en de wethouder er ook was vroeg ik aan hem van nou u heeft toen dit en dat gezegd hoe komt het dat ik daar nooit meer wat over gehoord hebt. Toen zei de wethouder van ja meneer daar heb ik geen tijd voor, ik kan niet iedereen achterna gaan bellen. Dus toen zei ik van nou dat hoefde ook helemaal niet want ik zocht steeds contact met u maar u reageerde nooit en dat vind ik toch vreemd. Ik ben leraar en als ik nooit reageer op mailtjes en telefoontjes van ouders en leerlingen ja dat kan ik gewoon echt niet maken. Toen zei de wethouder van ach ja je kan een wethouder toch niet vergelijken met een leraar. Nou toen sloeg de vlam in de pan, de hele zaal ging zich ermee bemoeien. Maar zo gaat het eigenlijk steeds, de gemeente stelt zich heel arrogant op. De gemeente staat niet open voor alternatieven en ze luisteren totaal niet naar ideeën of meningen van bewoners. Ik weet ook dat de bewoners aan de Madridsingel echt laaiend waren, die hoorde opeens dat de gebouwen nog hoger zouden worden dan eerst was afgesproken. Er wordt gewoon totaal niet naar je geluisterd en je voelt je gewoon niet serieus genomen. En ik denk dat mensen wel begrijpen dat Alphen zich moet ontwikkelen maar er zijn zoveel manieren om je te ontwikkelen en dan denk ik van ja vraag eens een keer aan de bewoners wat die nou eigenlijk willen, ja wat dat betreft is de houding van de gemeente niet erg elegant.

13. Als het gemeentelijk beleid niet tot stand is gekomen op wens van de bewoners, wat vermoedt u dan als drijfveer voor de ingrijpende veranderingen?

Ik denk economisch belang, met name NS vastgoed, primair, die heeft een grote vinger in de pap omdat die ook grondeigenaar is. En verder zie ik het als een paradeproject waarmee de gemeente zich als stad wil profileren. Dat is toch ook wel waar steeds over gesproken wordt en ik heb nog nooit gehoord wat het belang van de inwoners daarvan is. Wat eventueel zou kunnen is dat door een bepaalde economische ontwikkeling in een plaats er op een bepaalde manier kapitaal gegenereerd wordt waardoor de dienstverlening naar de bewoners toe verbeterd kan worden. Maar ik heb niet het idee dat dat hier uit kan voorkomen. De gemeente moet fors mee investeren en maakt zeker geen winst, dus ik zie niet in dat dit echt in het

belang van de bewoners is. Alleen de onderdoorgang dan, daar zie ik het nu wel van in.

14. Hoe zou u zelf de identiteit van Alphen aan den Rijn omschrijven? (is het een stad, een dorp, goed bereikbaar, juist niet, prettig wonen of juist niet etc.).

Haha ja uhm, als autochtone Alphenaar is dat altijd lastig. In al die jaren dat ik hier woon, 52 om precies te zijn, kan ik niet zeggen dat Alphen een eigen identiteit heeft. Alphen is echt een streekcentrum, mensen uit de omgeving, zoals Boskoop en Nieuwkoop komen hierna toe, en die zeggen we gaan naar de stad, maar voor de echte Alphenaren blijft het denk ik gewoon een dorp. Wat ook meespeelt is dat Alphen enorm gegroeid is. Tot eind jaren '80 was Alphen een regio opvang gemeente voor de Randstad, met name Den Haag en Amsterdam. Die mensen die hier toen zijn komen wonen, werken vaak buiten Alphen, we hebben dus een enorme instroom van forenzen gekregen terwijl het voorzieningen apparaat sterk achterbleef, dat is pas veel later een beetje mee gegroeid. Ik denk dat je Alphen kan vergelijken met de in die tijd toegewezen zogenaamde woonkernen. Al die forenzen die hier zijn komen wonen die hebben niet echt iets met Alphen. Ze wonen hier wel maar hebben er niet echt binding mee. Daarnaast kenmerkt de plaats zich niet door een bepaalde gezelligheid. Er is de laatste jaren wel wat verbeterd, er is meer te doen in Alphen, bijvoorbeeld door de komst van het theater en meer horeca, maar het heeft nog steeds geen echte identiteit. Het is gewoon een middelgrote groei gemeente.

15. Welk aspect van identiteit vindt u het belangrijkste en waarom?

- ***Het historische aspect (de invloed van het verleden op een plaats).***
- ***Het fysiek- ruimtelijke aspect (geografische locatie, stedenbouwkundige structuur, architectonische kwaliteiten).***
- ***Het sociaal- ruimtelijke aspect (sociaal-culturele kenmerken van een plaats).***
- ***Het conceptuele aspect (stedelijke identiteit als marketingconcept).***

Voor mij is het historisch aspect datgene wat veel vertelt over een plaats, dat bepaalt het karakter. Een goede tweede vind ik het fysieke aspect. Ik heb wel de indruk dat de gemeente een identiteit probeert te creëren, maar zo werkt dat denk ik niet. Je moet dan echt concrete punten hebben waar je die aan identiteit aan kan ophangen. **Oké, en dat heeft Alphen niet?** Nee, je hebt niet echt iets Alphen's, er is in Alphen geen duidelijk samenspel tussen concrete punten. We hebben dan van oudsher Avifauna, en nu hebben we ook Archeon, maar die liggen buiten het centrum en die twee hebben samen niets, het zijn gewoon twee attractieparken die toevallig in Alphen liggen. Het centrum heeft ook niets karakteristieks, geen grote markt of iets anders wat mensen trekt, het heeft geen concrete ankerpunten. **Oké, maar wat denkt u dan bijvoorbeeld van het Romeinse verleden of De Rijn?** Haha ja het Romeinse verleden wordt heel erg benadrukt, elke potscherf die gevonden wordt komt in de krant, maar er is niks concreets van terug te zien. En het is wel zo dat de Romeinen hier waren, en dat dat niet overal in Nederland zo is geweest, maar dit was een onbelangrijk castellum aan de rand van het Romeinse rijk. Daarnaast denk ik, er is nog zoveel meer gebeurd, in de middeleeuwen, en er waren ook buitenplaatsen in Alphen, dus ja waarom dan persé zo dat Romeinse verleden benadrukken. En uiteindelijk was het toch maar een klein boerendorpje met weinig historie. En dan de Rijn ja, ja die is heel lang onderbenut geweest. Nu wordt daar wel meer mee gedaan, het Rijnplein is op zich best leuk geworden. En ze willen nu ook een haventje maken bij het Thorbeckeplein, dus ze doen wel meer met de Rijn en dat is wel goed ook, om de één of andere reden vinden mensen het altijd leuk om bij het water te zijn, er te zitten en er naar te kijken, dus het is goed als ze daar iets mee doen, maar of je Alphen daar nou echt op de kaart mee gaat zetten? Dat denk ik niet, maar de vraag is waarom wil je op de kaart? Nou ja goed waarschijnlijk heeft dat economische redenen en willen ze bedrijven aantrekken, maar ja of dat gebeurt doordat je terrasjes aan de Rijn hebt.. Als Alphen meer bedrijven wil trekken, dan moet het de faciliteiten

voor bedrijven verbeteren, te beginnen met de infrastructuur. Maar de vraag is, waarom wil de gemeente bedrijven aantrekken? Ja voor de werkgelegenheid, maar ik vraag me af of er hier een sneeuwbal effect zal plaatsvinden. Dat hele ABC beleid is natuurlijk eigenlijk ook een flop, het idee van zet bedrijven op OV locaties is best leuk en aardig maar het openbaar vervoer hier in de regio is heel slecht, dus de mensen komen toch met de auto. Dus ik zeg, verbeter de wegen, de bereikbaarheid en plaats bedrijven langs de weg. Dan staat de hele ontwikkeling qua werkgelegenheid los van het stationsgebied. Alphen moet ook proberen bedrijvigheid van Schiphol aan te trekken, de afstand is zo klein dat dat goed kan, mits je niet altijd in de file staat. Alphen moet ook meer hoogwaardige werkgelegenheid aantrekken, in Alphen wonen veel hoog opgeleiden die nu allemaal in de grote steden werken. Voor die mensen moeten eens grote bedrijven aangetrokken worden. Ik vraag me wel af of grote bedrijven en kantoren geïnteresseerd zijn in een vestiging in Alphen. Als je kijkt naar bijvoorbeeld Kluwer, L'oreal en de Stadhouder, allemaal A-locaties, maar als het eenmaal leeg komt te staan dan is het aan de straatstenen niet meer te slijten. Die kantoren zijn qua vormgeving verouderd en grote bedrijven willen iets nieuws en moderns. Je kunt denk ik in de ruimtelijke ordening hele mooie plannen maken maar dat betekent niet dat je iemand kunt dwingen om aan die plannen te voldoen. Je kunt bedrijven niet dwingen om zich ergens te vestigen, je kan hooguit zeggen waar het niet mag. Wat ook meespeelt is dat alle grote steden in de Randstad vlakbij liggen. Aan de ene kant is dat een pluspunt, maar het kan ook een nadeel zijn, het is één van de redenen waarom Alphen nooit een stad zal worden. Er zal hier bijvoorbeeld nooit een HBO komen, die zit al in Leiden, Utrecht, Den Haag, nou ja noem maar op. Een andere reden waarom Alphen nooit een stad zal worden is dat Alphen niet onbeperkt mag groeien vanwege het Groene Hart. Ik denk dat Alphen een middelgrote gemeente is en dat ook zal blijven en dat de gemeente daar haar plannen op moet afstemmen. Een heleboel mensen vinden het ook juist leuk aan Alphen dat het middelgroot is, dus hou dat ook zo denk ik dan. De norm is heel lang geweest, Alphen naar 100.000 inwoners, waarom weet niemand. Politici willen altijd groeien maar de achterliggende motieven zijn nooit helemaal duidelijk.

16. Als u Alphen aan den Rijn in een reclamefolder zou moeten promoten, wat zouden daar de speerpunten zijn waarvoor u aandacht vraagt?

Uhm.. jemig zeg, in een reclamefolder, in z'n algemeenheid of voor een bepaalde doelgroep? **Nee gewoon in zijn algemeenheid.** Oké, nou ik zou zeggen, Prettig woonklimaat, het is niet te druk er is niet teveel lawaai en er zijn redelijk ruime voorzieningen en recreatiemogelijkheden. Wat dat betreft scoort Alphen denk ik toch niet zo slecht maar daar houdt het wel bij op.

17. Voelt u zich Alphenaar? Zo ja, wat maakt dat u zich dat voelt? Verwacht u in de toekomst dat u blijft wonen in Alphen of dat u weg gaat uit Alphen? Zo ja, waarom?

Jaja, alhoewel ik er geen enkele moeite mee zou hebben om ergens anders te wonen maar het is er gewoon nog nooit van gekomen, het is niet zo dat Alphen voor mij echt op nummer één staat ofzo. **Oké, maar in die vijftien jaar dat u in Rotterdam werkte, heeft u er toen nooit aan gedacht om daar te gaan wonen?** Nee, m'n vrouw werkt hier in Alphen op een basisschool dus ja we zijn gewoon hier gebleven. En ik denk dat we hier voorlopig ook nog wel even blijven hoor, of ik moet de oudejaarsloterij winnen haha, dan ben ik weg.