

IEDEREEN KIEST ZIJN EIGEN PLEK

De boulevard als visitekaartje van de internationale ambities van Den Haag

Alle gebruikers van de Scheveningse boulevard overal bedienen, is onbegonnen werk. Maar dat hoeft ook niet, zegt stedenbouwkundige en gebiedscoördinator bij de gemeente Den Haag, Demet Voûte: 'Iedereen kiest z'n eigen plek zonder dat je dat als gemeente speciaal zo hebt geregeld. Dat moet je ook niet willen, denk ik. Dat regelt zichzelf.'

In 2015 ging het 'De Kust Gezond'-project van de gemeente Den Haag van start, met als centraal doel het terugbrengen van het kustgevoel in de openbare ruimte. Het project bestond enerzijds uit het schoon, veilig en heel maken van de openbare ruimte in Scheveningen Bad, en anderzijds uit een vernieuwing in fasen van de boulevard.

'De Spaanse architect Manuel de Solà-Morales ontwierp het stuk tussen Sea Life en de haven, vertelt Demet Voûte, stedenbouwkundige en gebiedscoördinator bij de gemeente Den Haag. 'Nu die Zuidboulevard klaar is, wordt duidelijk hoe sleets de locatie rondom het Kurhaus is en dat terwijl de boulevard een visitekaartje voor de hele stad is. Den Haag is de internationale stad van vrede en recht, er zijn hier veel internationale instellingen en we willen de kracht van het landschap gebruiken om de aantrekkingskracht van de stad te vergroten. Het creëren van de voorwaarden voor nieuwe instellingen om zich hier te vestigen, begint bij het design. Alles moet in orde zijn. Neem nou de bereikbaarheid:



De boulevard van Solá-Morales

het duurt veel te lang om bij de boulevard te komen. Het openbaar vervoer moet beter, net als de toegang voor het langzame verkeer. De auto's moeten we op een veel eerder moment afvangen. We zijn bezig daar een ambitieus plan voor te ontwikkelen.'

Herinrichting van de boulevard is onmiskenbaar een ingewikkelde klus, ook omdat de gebruikers zo divers zijn; expats hebben heel andere wensen dan toeristen of dan de mensen die achter de boulevard wonen. Toch is dat niet onoverkomelijk, aldus Voûte: 'Als het af is, moet er weliswaar één ontwerp liggen, maar wel een met veel gebiedseigen karakteristieken. Scheveningen Bad bijvoorbeeld is heel toeristisch met onder andere het Kurhaus en straks Legoland. De doorsnee Hagenees zie je daar niet. Die amuseert zich bij het Zuiderstrand, bij Kijkduin, en bij Scheveningen Haven. Daar zijn de sporters actief en die trekken weer een publiek dat het leuk vindt om daarbij te horen en naar te kijken. Daar heerst een heel andere, veel rustiger *vibe*. Het midden van de boulevard vormt een soort verbindingsplek waar minder horeca is en waar de weidse uitzichten uitnodigen tot wandelen en flaneren. Bij het Zwarte pad vind je meer een Ibiza-lifestyle. Zo heeft iedereen z'n plek zonder dat je dat als gemeente speciaal zo hebt geregeld. Dat moet je ook niet willen, denk ik. Dat regelt zichzelf, zolang het ontwerp maar de ruimte biedt om je een plek toe te eigenen.'

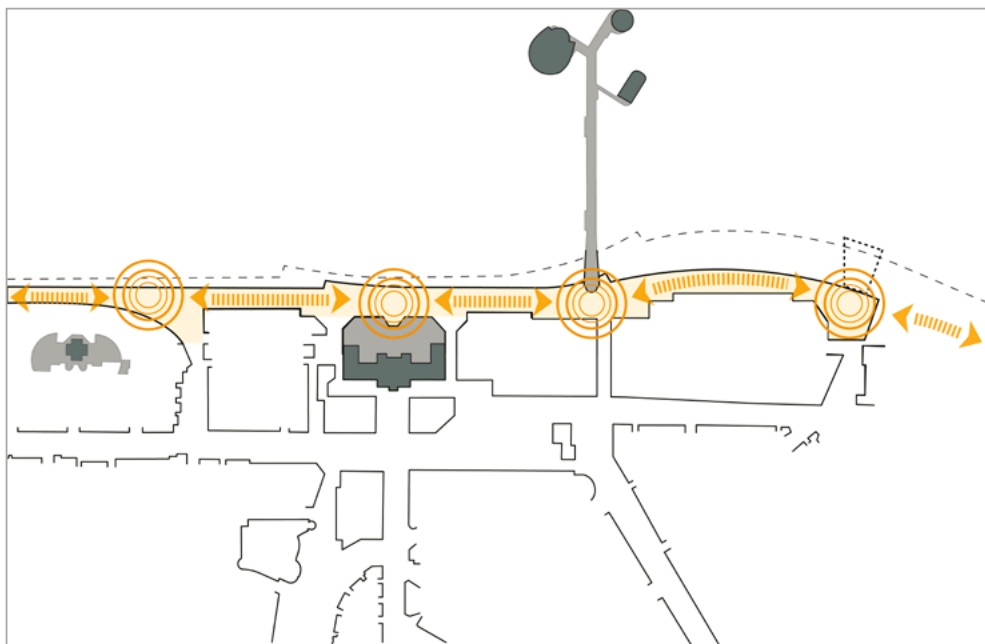
Zo is er aan de Noordzijde voor gezorgd dat er regelmatig 'stepping stones' zijn: plekken waar kinderen kunnen spelen, een bankje is om te zitten, of een spot waar voor de toerist wat te fotograferen valt. 'De



Surfers

trappen met de beelden bijvoorbeeld,' vertelt Voûte, 'dat is echt een heel leuke speelplaats voor kinderen geworden.' Andere stepping stones komen bij het Kurhaus dat in negentiende-eeuwse stijl heringericht wordt, bij de opgang naar de pier en aan het eind van de boulevard. Voûte: 'Daar komt een groot paviljoen van internationale allure; wie straks een iconische foto van Scheveningen wil maken, zal dat fotograferen.'

Het uitgangspunt van het ontwerp is dat iedereen zich ergens moet kunnen vinden aan de kust. Voûte: 'Het is typerend voor Den Haag, we zijn een grote, internationale stad bestaande uit allemaal losse buurten met eigen karakteristieken. Het is niet erg dat het niet allemaal voor iedereen is, maar er moet wel samenhang zijn en niemand moet zich buitengesloten voelen. Daarin speelt het design van de boulevard ook een grote rol. De huidige boulevard is recht maar zal straks, naar het gedachtengoed van Solà-Morales ook bogen krijgen. Voordat hij zijn ontwerp maakte, heeft Solà-Morales een cultuurhistorische analyse gemaakt om uit te vinden wat past bij Scheveningen/Den Haag. Daar kwam bijvoorbeeld uit naar voren dat er vroeger mooie bogen in de kustlijn zaten. Door die cultuurhistorische elementen terug te brengen, gaan we terug naar de geest van de plek. Het ontwerp van de boulevard verbindt landschap en ecologie, economie en waterveiligheid in een aantrekkelijk design dat uitgaat van de kustmorfologie en de geschiedenis van de plek.'



Steppingstones

Desgevraagd beaamt Voûte dat design ook de vijand van gebruikers kan zijn. 'Als je vooraf niet genoeg gesprek met de gebruikers hebt, dan klopt dat,' zegt ze. Om dat te voorkomen gaat de gemeente uitgebreid met de gebruikers in gesprek. 'Waar vroeger de stedenbouwkundige het werk deed omdat hij of zij heel goed begreep wat er gaande was, zegt Voûte, 'gaan we nu in een veel eerder stadium de stad in, we noemen dat 'samen stad maken'. We halen informatie op en we betrekken mensen in het maken van de plannen. Wat mensen aandragen, is voor ons echt bruikbaar en tegelijkertijd voelen mensen zich erdoor gehoord. Daardoor is het ontwerp van de mensen zelf en niet meer van de gemeente.'

Een van de groepen waar de gemeente nauw mee samenwerkt, is de Stichting Beach City. Als de Noordboulevard straks af is, gaat het project Beach City van start waarmee een nieuwe functie wordt toegevoegd aan de Solà Morales-boulevard. Bij Beach City staan gezondheid, sportinnovatie en kustsport centraal. De ambitie is hier hét sportstrand van Europa te realiseren. In de Stichting zitten vertegenwoordigers van de strand- en watersporten, en van de horecaexploitanten.

'Je ziet dat sport toeneemt, dat surfen steeds populairder wordt,' vertelt Voûte. 'Voordat we uitgangspunten gingen opstellen, hebben we de Stichting gevraagd een programmatische visie te maken. Hierin konden zij duidelijk



Volleybal op hét sportstrand van Europa

maken wat de sporters en ondernemers nodig hebben als we het sportstrand gaan ontwikkelen. Veel daarvan hebben we meegenomen in het Ontwikkelperspectief Beach City en nu we toe zijn aan de aanbesteding zijn zij een van de beoordelaars van de voorstellen.'

Natuurlijk waren er ook strijdpunten. 'Ieder heeft zijn eigen belangen en afwegingen,' legt Voûte uit. 'Uiteindelijk vraag je je als gemeente altijd af: is dit nou iets voor de hele stad? Daar zit de frictie, ook meer in het algemeen: je gaat op een plek met bewoners praten om met hen te bepalen wat er gewenst is, maar uiteindelijk moet je als gemeente ook weer uitzoomen en kijken: heeft de hele stad er iets aan?'

Bij de Noordboulevard hebben Voûte en haar collega's juist weer veel met ontwikkelaars te maken. 'Samen met ontwikkelaar Sense hebben we bijvoorbeeld sessies over de omgeving van het toekomstige Legoland. Daar betrekken de marktpartijen trouwens zelf de bewoners bij: zij organiseren bewonersavonden waar wij ook worden uitgenodigd zonder dat wij er iets aan hoeven doen. Dat is, denk ik, een hele goede ontwikkeling.'

DO'S:

- Schiet niet in de verdedigingsmodus als een idee wordt afgeschoten. Beloof niet wat je niet kunt waarmaken (maar maak wel waar wat je belooft). Connectie met het achterland. De boulevard is sterk verbonden met wat er in de rest van Den Haag gebeurt. Kijk goed wat er echt nodig is.
- Schiet niet in de verdedigingsmodus als een idee wordt afgeschoten. Beloof niet wat je niet kunt waarmaken (maar maak wel waar wat je belooft). Zichtbaarheid. Het grootste minpunt van het huidige Scheveningen Bad is dat je bij aankomst niet weet waar de zee is. En dan gaat het niet alleen om het zicht maar ook om de klinkertjes en of de wind de zilte lucht kan aanvoeren.
- Schiet niet in de verdedigingsmodus als een idee wordt afgeschoten. Beloof niet wat je niet kunt waarmaken (maar maak wel waar wat je belooft). Grote gebaren mogen – zeker aan de kust – maar houd de menselijke maat erin door mensen te betrekken bij het programmeren.

DON'T:

- Schiet niet in de verdedigingsmodus als een idee wordt afgeschoten. Beloof niet wat je niet kunt waarmaken (maar maak wel waar wat je belooft). Autoverkeer tot dicht op de boulevard. Probeer de auto's zo vroeg mogelijk af te vangen en zorg voor goede faciliteiten voor openbaar vervoer en langzaam verkeer.