

Pendrecht huurt bureau in voor beter imago

ROTTERDAM

De wijk Pendrecht heeft een professioneel bureau ingeschakeld om het imago van de wijk te verbeteren. Een langdurige campagne, van 900 dagen lang, moet het beeld van de wijk positief beïnvloeden.

Bewoners die actief zijn in de wijk zullen maandelijks in het zonnetje worden gezet. Elke maand is er ook één thema waar alle organisaties en vrijwilligers mee aan de slag zullen gaan. Bewoners hopen dat de campagne laat zien hoeveel goede dingen er in Pendrecht gebeuren.

„Pendrecht is al jaren goed bezig,”

zegt bewoonster Natasha Blokland. „Het is jammer dat sommige incidenten groot worden uitgemeten en de hele wijk vervolgens in een kwaad daglicht wordt gesteld.” Eerder besloten de bewoners zes maanden niet met de media te praten vanwege de volgens hen negatieve berichtgeving over hun wijk. Ze waren

▶▶ Pagina 4 vooraf boos over een rapport waarin stond dat Pendrecht de op een na slechtste wijk van Nederland was.

CAMPAGNE Wijk wil van negatief imago af



Natasha Blokland komt zichzelf overal in Pendrecht tegen, meer dan levensgroot op billboards. FOTO MARCO DE SWART

'Iedereen moet dadelijk in Pendrecht willen wonen'

ABDELILAH RUBIO
ROTTERDAM

De Rotterdamse wijk Pendrecht wil zo graag van zijn negatieve imago af dat het een reclamebureau in de arm heeft genomen om dat voor elkaar te krijgen. Het is voor zover bekend de eerste keer in Nederland dat 'een wijk zo wordt neergezet'.

Natasha Blokland (38) is deze maand misschien wel de bekendste inwonster van Pendrecht. Overal in de wijk hangen foto's van de Suri-naanse moeder, die de komende maand samen met 29 andere vrijwilligers alle nieuwe inwoners van de Rotterdamse wijk welkom heet.

Zoals Natasha zijn er veel inwoners van Pendrecht die zich vrijwillig voor de wijk inzetten. Het Stormt -een Rotterdamse collectief van organisatie-adviseurs, trainers en communicatiestrategen dat door de wijk is ingehuurd om het imago van de wijk te verbeteren - zet al deze mensen de komende jaren in het zonnetje.

De 'helden' zijn een maand lang overal in de wijk te zien. „We hopen op deze manier mensen trots te laten worden op de wijk. De verwachting is dat dan ook de betrokkenheid verder toeneemt,” legt Jef Poldevaart van Het Stormt uit.

„Want zo'n campagne trekt de hele familiekring met zich mee. Je ziet nu ook dat allerlei nieuwe dingen in de wijk beginnen te ontstaan.”

Het heldenproject is onderdeel van een grote campagne om Pendrecht te promoten. Bewoners van de wijk hebben het gevoel dat hun

buurt te vaak negatief in het nieuws komt. Vooral de publiciteit nadat bekend werd dat Pendrecht de tweede plaats innam op de lijst van twintig grootste probleemwijken in Nederland deed pijn. „Want zo slecht is het helemaal niet in hun buurt, vinden de inwoners zelf.”

„Het is een heel leuke wijk,” zegt Blokland die al 11 jaar in Pendrecht woont. „Ik heb ook kinderen die groot moeten worden. En ik vind Pendrecht een geschikte plek om ze te laten opgroeien.”

Zelf heeft ze zich nooit onveilig gevoeld in de wijk. „Mijn dochter van 16 loopt hier gewoon 's avonds rond. Ze wordt nooit lastiggevallen.”

Wooncorporatie en deelgemeente

'Een steuntje in de rug van al die actieve mensen in de wijk'

Wooncorporatie Woonstad Rotterdam is enthousiast over het initiatief.

De verhuurder heeft groot belang bij een positief imago van Pendrecht omdat ze 500 nieuwbouwwoningen in de wijk bouwt. Ondanks de relatief lage prijs (vanaf 185.000 euro), merkt Woonstad dat het moeite kost om de huizen te verkopen.

Woonstad denkt dat dit alles te maken heeft met het negatieve imago dat Pendrecht heeft opgelopen. Want het is een prachtige wijk met bijzondere bewoners, vindt Nico Ros van Woonstad. Hij verwacht dan ook veel van de campagne. „Wij mikken vooral op

Toch is Pendrecht voor de buitenwereld nog steeds die 'probleemwijk', denken de bewoners. En daar willen ze van af. Dus werd een professioneel bureau ingehuurd om het imago van de Rotterdamse wijk op te vijzelen.

Het Stormt denkt de klus in 2,5 jaar te kunnen klaren. Aan het einde van de rit moet Pendrecht weer een wijk worden waar alle Rotterdammers graag willen wonen.

Tijdens hun zoektocht naar 'de ziel van Pendrecht' ontdekten Poldevaart en zijn collega's dat er eigenlijk al best veel positieve dingen in de wijk gebeuren. Alleen ziet niemand dat vanwege het gebrek aan

mensen in de omgeving die wel in de stad willen blijven, maar niet de lasten ervan willen hebben. In de jaren '50 was Pendrecht ook de Virexwijk van Rotterdam. Met de vernieuwingsslag zie je dat weer terug.”

Ook de deelgemeente Charlois is enthousiast. Kajja Horemán, gebiedsmanager Pendrecht, is vooral blij met de duur van de campagne. „Huidige bewoners merken vaak niks van al die gelden voor achterstanswijken. Dit is juist bedoeld om al die mensen die actief zijn in de wijk een steuntje in de rug te geven,” zegt zij. „Je zet niet iets eenmaligs neer, waarna het weer weg is.”

samenhang tussen al die initiatieven. Taak was dus om al die initiatieven te bundelen en onder ieders aandacht te brengen. Daar is Het Stormt nu mee begonnen.

Elke maand, en dat 30 maanden lang, staat de wijk in het teken van één thema. Bijvoorbeeld veiligheid of een of ander evenement. Alle vrijwilligers en organisaties in Pendrecht gaan daar dan die maand op de een of andere manier mee aan de slag. „De hele wijk krijgt een soort injectie met activiteiten die in dat thema passen,” legt Poldervaart uit.

Zo staat Pendrecht de komende maand in het teken van het welkom heten van nieuwe bewoners. Alle nieuwe inwoners krijgen van Blokland of andere vrijwilligers een tas met wetenswaardigheden over Pendrecht.

Blokland weet hoe belangrijk het is om zo te worden opgevangen in een nieuwe buurt. „Voordat ik hier kwam wonen, woonde ik in Hoogvliet. Daar werd ik op een soortgelijke manier welkom geheten. Ik moet zeggen dat dat een heel fijn gevoel gaf.”

Of de campagne Pendrecht een beter imago kan geven, kan Blokland nog niet zeggen. „Ik denk dat je een start maakt. Ik hoop dat het mensen aan het denken zet, dat ze hun vooroordelen opzij zetten en hier een keertje komen kijken.” Als ze dat doen, blijven ze zeker hangen, is Bloklands overtuiging.

Volgens Poldervaart raken steeds meer bewoners enthousiast over de campagne. „Eerst waren ze wel een beetje sceptisch, zo van: eerst zien, dan geloven. Maar er ontstaat nu langzamerhand een gevoel dat het misschien lukt.”