

*We need*

*to talk about*

*the mall*

Interventions in the **public space**.  
Interventies in de **publieke ruimte**.

Pelle Oude Vrielink



# Contents

## Inhoudsopgave

The project in short ( <i>In het kort</i> )	3
<b>1. Introduction <i>Introductie</i></b>	<b>4</b>
New visions for the mall ( <i>Toekomstvisies voor het winkelcentrum</i> )	4
The importance of good public space for communities ( <i>Het belang van goede publieke ruimte voor een gemeenschap</i> )	10
Schiedam Hof van Spaland ( <i>Schiedam Hof van Spaland</i> )	15
Methodologies ( <i>Onderzoeksmethode</i> )	20
<b>2. Consumerism <i>Consumentisme</i></b>	<b>22</b>
Shaped for the consumer ( <i>Gemaakt voor de consument</i> )	22
<b>3. Key problems <i>Sleutelproblemen</i></b>	<b>26</b>
A place dictated by the car ( <i>Alles voor de auto</i> )	26
The mall is only for shopping ( <i>Het winkelcentrum is alleen om te shoppen</i> )	32
What happens at the back? ( <i>Wat gebeurt er aan de achterkant?</i> )	40
So? How do these key problems influence the people? ( <i>Dus? Hoe beïnvloeden deze problemen de inwoners?</i> )	46
<b>4. Possibilities <i>Mogelijkheden</i></b>	<b>50</b>
A new masterplan for this mall ( <i>Een nieuw masterplan voor dit winkelcentrum</i> )	50
A market hall and a neighbourhood canteen ( <i>Een markthal en een buurtkantine</i> )	60
<b>5. Conclusion <i>Conclusie</i></b>	<b>74</b>
<b>6. Bibliography <i>Literatuurlijst</i></b>	<b>78</b>

# The project *in short.*

This book explores how to reinvent, reposition, and refunction the public space in and around the suburban mall of Schiedam Hof van Spaland. It contains of two parts: first it explores the problems related to the mall, and how these problems influence the community. Second, the project explores through different design scales how these problems can be solved, and how social cohesion can be enhanced by design. The suburban Modernist mall is a widespread concept in the Netherlands that in its current form embodies problems with car-mobility, inside orientation, and monofunctional programming. Due to a dominant focus on consumers mentality, it dominantly focusses on serving the consumer in buying goods. This mentality directly undermines the indoor and outdoor public space and therefore indirectly weakens the strength of the community, as public space is vital for strong communal bonds.

In the second part the project aims to move beyond the single focus on consumers mentality and by design, transforms the challenges into opportunities for Hof van Spaland. Firstly, the design is encouraging biking and pedestrian movement, and with the dismantling of dominant car-mobility, it leaves space for other activities, as biking and people on foot need less space and place. Secondly, the inside orientation that generates backsides is transformed into a dual-side orientation with housing that activate the unsafe expedition streets. Thirdly, the monofunctional programming of shopping is extended with a cultural centre, a canteen, coffee corner, and other communal facilities, including plaza's, pocket parks and a place for a weekly market. A crucial section in the design preposition, where many interventions collide, is worked out in further detail. It uses local materials and resources to serve the local people. It shows how public facilities can generate extra value, and how several interventions like this can help generating a bright new future for the suburban mall: A future where the mall becomes a buzzing meeting spot for all living in the neighbourhood.

*A special thanks to Roel, Maurice, Hubert. Thanks for your feedback, advice, and help. Hugo, thanks for the support during the project. Your patience and creative eye helped me discover so many other solutions to the problems I encountered. Dad, thanks for your time and advice. Your experience with the 'Wageningen-way' gave a lot of insights. Also thanks for the funding that made the printing of this book possible. Victoria, Nynke, thanks for reading the book and providing me with feedback. To all who helped me, thanks a lot!*

## *(In het kort)*

Is er een toekomst voor het typische Nederlandse wijkwinkelcentrum? In dit boek wordt gekeken naar hoe de openbare ruimte rondom het wijkwinkelcentrum Schiedam Hof van Spaland verbeterd kan worden. Eerst wordt gekeken naar de problemen die spelen rondom het winkelcentrum. Daarna wordt gekeken hoe deze problemen opgelost kunnen worden. Er wordt onderzocht hoe het samenhangingsgevoel in de buurt kan worden versterkt door middel van een ruimtelijk ontwerp. Modernistische winkelcentra zoals Hof van Spaland zijn te vinden door heel Nederland. Bijna al deze centra hebben te maken met een aantal typische problemen. Doordat deze centra voornamelijk ingericht zijn voor consumeren en verkopen, ontstaan er problemen in de openbare ruimte. Gebruik van de auto, een dode buitengevel en weinig variatie in winkelsoorten maken de openbare ruimte in en rondom het centrum weinig waardevol, hoewel goede openbare ruimte erg belangrijk is voor gemeenschapsvorming in een wijk.

Het tweede deel van het boek omschrijft hoe de grootste ruimtelijke problemen met het winkelcentrum kunnen worden opgelost, door te focussen op andere waarden dan consumeren en verkopen. Eerst wordt het gebruik van andere vervoersmogelijkheden gestimuleerd, zoals de fiets, openbaar vervoer, en te voet. Doordat auto's veel ruimte innemen, laat dit ruimte over voor andere activiteiten. Ten tweede worden de achterstraten levendiger, met voordeuren van huizen, groen, en een enkel café of restaurant. Als laatste focust het boek op het maken van een divers winkelcentrum, door het toevoegen van een cultureel centrum, markthal en horeca. Een belangrijk knooppunt voor veel mensen, de markthal, zal verder worden uitgewerkt. Voor dit ontwerp worden duurzame materialen gebruikt. De markthal laat zien hoe publieke functies een extra waarde kunnen geven aan het winkelcentrum, die leiden tot een samenhangende en fijne buurt.

*Roel, Maurice, Hubert, heel erg bedankt! Dank voor jullie feedback, hulp en advies. Hugo, bedankt voor je ondersteuning. Jouw geduld en creatieve geest liet me zien dat er altijd een oplossing te vinden is. Papa, bedankt voor je tijd en advies. Jouw ervaring met de manier hoe ze het in Wageningen oplossen heeft me veel gebracht. Daarnaast dank voor de bijdrage voor het drukken van dit boek. Nynke en Victoria, bedankt voor het lezen van het boek en jullie feedback. Iedereen die me geholpen heeft, bedankt!*



# New visions for the mall

*This research investigates how to reinvent, reposition, and refunction the public space in and around Schiedam Hof van Spaland, as a typical example of the suburban mall in the Netherlands. Although generally liked, users and shop owners point out various problems with the mall. Moreover, they state that this mall is in decay and in need for a big renovation, but the municipality hasn't have a proper vision for the subject for decades (Visitor; shop owner, Appendix B.1). This can lead to an unwanted situation, as postponement of redevelopment can lead to decay of the mall, and with it, welfare loss in the whole neighbourhood (Monster, 2022).*

Many people may question if there is a bright future for malls like Hof van Spaland, as the Netherlands has the fastest growing rate of internet purchases in Europe (Eurostat, 2021). Despite the economic instability existing in inner city centres, the growing percentage of online purchases barely affects the economical position of the suburban mall. What creates this problem in city centres is that investors and municipalities treat shopping and shops merely as ways to make money (Business insider, 2013), but also, big shopping malls can become problematic when they don't stand out (Eerenbeem, 2021). Small neighbourhood malls are different. In the last decades, these malls have seen a shift of stores settled in the building: they are nowadays more focussed on food or perform services. Still 95% of groceries are purchased in a store (Pustjens & Rosian, 2020), and many service shops can't be replaced online.

However, typical municipal research on how to make the suburban mall future-proof unfairly focusses on commercial problems. In practice, resulting in a mismatch with the wishes and values of the neighbourhood (Waterweg actueel, 2020). Buvelot (2017) points out that they could better invest in understanding how to connect the mall with the neighbourhood. Malls should create new experiences (Walsum, 2010). New functions as restaurants, cafés and housing could improve the situation for the mall (Bureau stedelijke planning, 2019), although the success of one shopping centre could create an unstable situation for a neighbouring mall (Buvelot, 2017). Buvelot (2017) points out that a mall can only be redeveloped together with the whole neighbourhood.

These redevelopments could address the increased demand for public space. Because of the decline in physical inner-city shopping, the desire for qualitative public space in the suburbs grows as the need to go to

inner cities, that are often rich in public space, disappears (Van der Linden, 2020). In general, suburban malls have the ultimate chance to take over this function as qualitative meeting spot in urban environments. These centres are now lacking in public space, they are surrounded by dead backsides and have no diversity in programming, and good public space has many advantages for communities (Carmona, 2018; UN Habitat, 2013; Francis et al., 2012; Aelbrecht et al., 2019). Kooyman (2021) writes that many municipalities also want suburban malls to transform into neighbourhood-hubs but struggle to give form to these plans. These transformations need to be designed carefully as they impact many people's lives: One out of seven inhabitants in the Netherlands is living in Modernist suburbs (Milikowski, 2020),

However, despite the chances and the current problems with public space, the mall often gets maintained in its current problematic form. Redevelopment generally results in 'remalling' that keeps fundamental problematic properties alive and doesn't add quality to the public space. Metz (2021) investigates that these renovations generally do not satisfy the changing needs of society. In this way, the existing mall concept based on consumeristic values is maintained and the value of adding public space is not addressed (Winter et al., 1999). The result: in renovation plans the strict separation of functions in the mall gets often replaced by an urban so called 'lively mix' of a passage at street level and urban apartment blocks on top<sup>1</sup>. Although these developments are sometimes proposed to generate money for the redevelopment of the public space, in practice they are almost never contributing to it (Common affairs, n.d.). The monofunctional concept of the mall with a backsides and vast parking lots is kept in almost all renovations. Unfortunately, in these cases real change and therefore real adaptation never occurred.

The current research is meant to discover alternative ways to renovate suburban malls by reusing the mall adding new layers to it. It is focussing on people and the public space. The research is built around the question:

*What spatial and functional interventions could give the suburban mall of Hof van Spaland added value regarding qualitative public space?*

This is divided in the following sub-questions:

*What key problems regarding planning and design of the mall could be identified?*

*In what way do these problems influence the public space, people, and neighbourhood in and around Hof van Spaland?*

The research generates a framework respecting the values and wishes of the neighbourhood of Schiedam-North, that can inspire how to activate the mall of Hof van Spaland differently. This framework for mall renovations will be based on more resilient values instead of an often-used polluting consumeristic approach. By proposing interventions, the research aligns with an environmental trend of reusing buildings instead of demolishing them. By doing so, energy is saved, and the project can keep elements that generate the valued character of the existing complex.

In order to generate this framework, first it is established what qualitative public space means and what influence it has on a community. After introducing Hof van Spaland and explaining the research method a

<sup>1</sup>As seen in: Muis, 2017; PersC Communicatie B.V. (n.d.); De Binnenhof – AGS Architects. (n.d.)



▲ Parking spaces at Bachplein near Hof van Spaland. (Photo: March 2021) Parkeerplaatsen Bachplein.

▼ Expedition street with parking at back of the shops of Hof van Spaland. (Photo: March 2021) Expeditiehof met parkeerplaatsen aan de achterkant van winkels.



## (Toekomstvisies voor het winkelcentrum)

*Dit boek onderzoekt hoe de openbare ruimte rondom het winkelcentrum Hof van Spaland in Schiedam, een typisch Nederlands winkelcentrum, verbeterd kan worden. Hoewel dit winkelcentrum geliefd is onder bezoekers, spelen er veel problemen. Het winkelcentrum schijnt in slechte staat te zijn, en een grote renovatie is nodig, maar de gemeente weet al jaren geen raad met de situatie (Bezoeker, winkeleigenaar; Bijlage B.1). Dit is ongunstig, omdat uitstel van renovatie kan leiden tot verval van het centrum, en daarmee welvaartsverlies in de hele buurt (Monster, 2022).*

Veel mensen vragen zich af of er een toekomst is voor Modernistische winkelcentra zoals Hof van Spaland. Online shopping is immers in Nederland het snelst groeiend van heel Europa (Eurostat, 2021). Hoewel dit de Nederlandse binnensteden enorm aantast, blijkt het effect op een wijkwinkelcentrum zoals Hof van Spaland gering. Men ziet winkels in binnensteden vaak als een middel voor ontwikkelaars en gemeente om geld te verdienen (Business Insider, 2013). Bovendien kunnen deze binnensteden leeglopen als ze niet opvallend en 'anders' zijn (Eerenbeem, 2021). Voor kleinere wijkwinkelcentra geldt dit niet. Het winkelaanbod van deze wijkeentra is in de laatste decennia aangepast: het aanbod van winkels gericht op eten en service is toegenomen (zoals kappers, opticiens). Voor het kopen van levensmiddelen gaat 95% van de mensen nog steeds naar een fysieke winkel (Pustjens & Rosian, 2020) en veel servicewinkels zoals kappers hebben geen online alternatief.

Ondanks deze gunstige uitgangspositie, blijft de gemeente voornamelijk te kijken naar hoe de economische situatie van het Hof van Spaland verbeterd kan worden, en daarmee wordt zelfs sloop overwogen. Dit leidt tot groot ongenoegen in de buurt (Waterweg actueel, 2020). Buvelot (2017) stelt dat gemeentes zich beter kunnen richten op het verbinden van het winkelcentrum met de buurt. Winkelcentra zouden nieuwe ervaringen moeten bieden (Walsum, 2021). Nieuwe functies als restaurants, cafés en woningen zouden veel kunnen toevoegen voor een winkelcentrum en buurt (Bureau stedelijke planning, 2019). Buvelot (2017) geeft aan dat het winkelcentrum en buurt met elkaar verweven zijn, en daarom ook samen moeten worden aangepakt.

De vernieuwingen zouden een antwoord kunnen zijn op de gegroeide vraag naar publieke ruimte. Doordat Nederlanders de laatste jaren minder naar een stadscentrum gaan, blijkt de vraag naar kwalitatieve publieke ruimte te groeien (Van der Linden, 2020). Stadscentra zijn immers vaak rijk aan goede pleinen, bankjes, en parken. Wijkwinkelcentra kunnen deze ultieme kans grijpen en de positie als ontmoetingsplaats overnemen. Daarvoor moet wel veel gebeuren. Deze winkelcentra hebben nu weinig betekenisvolle publieke ruimte, omgeven door dode achterkanten en een geringe diversiteit in functies. Goede publieke ruimte blijkt erg veel voordelen te hebben voor een gemeenschap (Carmona, 2018; UN Habitat, 2013; Francis et al., 2012; Aelbrecht et al., 2019). Kooyman (2021) geeft aan dat veel gemeentes deze winkelcentra ook graag zien veranderen in zogenaemde 'buurt-hubs', maar ze weten vaak niet hoe ze dit moeten realiseren. Bovendien is het transformeren van een wijkwinkelcentrum een omvangrijk proces en maken veel inwoners gebruik van het winkelcentrum.

Ondanks dat wijkwinkelcentra veel potentie hebben, worden deze mogelijkheden vaak niet benut. Herontwikkeling resulteert vaak in 'Remalling', geen grote veranderingen, waarin de spelende problemen zoals dode achterkanten niet worden opgelost. Metz (2021) concludeert dat de herontwikkelingen vaak onvoldoende bijdragen aan de behoeften van de veranderende gemeenschap. Op deze manier worden vaak vervuulende economische waarden gehandhaafd en de behoefte voor goede publieke ruimte genegeerd (Winter et al., 1999). Het resultaat: wijkwinkelcentra worden tegenwoordig vaak vervangen door een 'levendige mix' van een passage met daarop appartementen<sup>1</sup>, met daaromheen veel (meer) parkeerruimte. Hoewel in het budget soms ook een deel naar de herontwikkeling van de publieke ruimte gaat, dragen de ontwikkelingen er zelf nooit aan bij. Het eenzijdige winkelaanbod en de dode achterkanten zijn wederom het resultaat.

Dit boek is bedoeld om alternatieve manieren te laten zien om het winkelcentrum levendiger en toekomstbestendig te maken. Hierin wordt het winkelcentrum hergebruikt en worden nieuwe functies toegevoegd. De focus ligt op de gebruiker en de publieke ruimte. Het onderzoek beantwoordt hierbij de vraag:

*Welke ruimtelijke en functionele ingrepen kunnen het wijkwinkelcentrum Hof van Spaland toegevoegde waarde geven voor de openbare ruimte?*

Deze vraag wordt gesplitst in de volgende deelvragen:

*Welke sleutelproblemen met betrekking tot planning en ontwerp van het winkelcentrum liggen aan de basis?*

*Op welke manier beïnvloeden deze problemen het gebruik van de publieke ruimte, de bezoeker, en de buurt rondom Hof van Spaland?*

Het onderzoek laat een alternatieve manier zien hoe het wijkwinkelcentrum vernieuwd kan worden, met respect voor de wensen en waarden van de inwoners van Schiedam-Noord. Het proces is gebaseerd op duurzame waarden. Door ingrepen voor te stellen, en het winkelcentrum te hergebruiken wordt energie bespaard en kunnen waardes worden behouden.

Om een degelijk herontwerp te maken, is het eerst nodig vast te stellen wat kwalitatieve publieke ruimte is, en welke invloed dit heeft op een samenleving. Na een introductie in dit boek van Hof van Spaland en uitleg van de onderzoeksmethode, wordt een stap teruggenomen en uitgelegd waarom Hof van Spaland typisch is voor de jaren '70 en '80 van de vorige eeuw. Hierna wordt teruggegaan naar Hof van Spaland en worden theorie, observaties en interviews gecombineerd om de invloed





chapter follows that, with the use of post-Modernist theories, is taking a step back and explains how this mall is typical for its time. The following chapters move back to Hof van Spaland and combine theory with observations and interviews with visitors of this mall, with shop owners, and other key organisations active in Schiedam-North, to investigate the influence of Modernist city planning and values on the neighbourhood functioning. The last part investigates possibilities for the mall. Analysis of case-studies helps creating a masterplan with approaches on how to solve the various problems and add public space. A small but significant section of this masterplan is further worked out in a proposed design of a 'Neighbourhood-Canteen' and Market Hall.

van Modernistische stadsplanning op de inwoners en bezoekers beter te begrijpen. In het tweede deel van het boek worden mogelijkheden geboden voor het wijkwinkelcentrum. Een stedelijk plan laat oplossingen voor de problemen zien op een grote schaal. Een klein maar belangrijk deel van het masterplan wordt verder uitgewerkt in een ontwerpvoorstel voor een markthal en een buurtkantine.



▲ Modernist apartment flats at bachplein.  
(Photo: March 2021)  
*Modernistische flats op het Bachplein.*







# The importance of good public space for communities

*Spaland could, as all communities, benefit from a high social cohesion. The scale of social cohesion in a society can be described as how well the individuals together form an effective and meaningful whole (Stevenson & Waite, 2011). It is often used as an indicator of how well a society is functioning. The importance of social cohesion is pointed out by policy makers and planners as in times when the society is under stress of rapid change, they often bring it to the top of the agenda. To compare: Denmark has a welfare state that focusses a lot on increasing social cohesion through the implementation of good public space to support trust and happiness in the society. It appears that the existence of good public space highly contributes to increasing social cohesion (Aelbrecht et al., 2019).*

Public space is vital for societies, as it is the only physical connection between all members. But as we know, public space does not only include all publicly accessible circulation space, it also includes qualitative designed places that serve a more important role in a community or society as they can offer significant social, economic, and environmental benefits (Mehta, 2013), and as earlier said, promote social cohesion (Aelbrecht et al., 2019). They state that public space: "... contributes to people's attachment to their cities, neighbourhoods and local communities, (it) creates opportunities for social interaction, social mixing and inclusion and community building, and supports people's well-being and individual and group identities." (Aelbrecht et al., 2019; p. 2) Public space is the physical space that people in a society all share, including the related public mental- and social space.

Defining public space can be challenging, but in this research, we focus on public space as the physical manifestation of the public realm. Public space then includes all the streets, plaza's, squares, and pathways that connect one place to the other and are accessible to almost all members of society. Although not all agree, this is in line with the definition of Mehta (2014) and Hartevelde (2004); They defined public space in the notion of publicly accessibility rather than public ownership. Arguably then, all publicly accessible private space (like malls for example) count as public space.

With the existence of a parallel online world, communities can become increasingly diverse and complex. It makes that the role of real (tangible) public space in the creation of social cohesion may become less important, but Aelbrecht et al. (2019) state that this relation is still evident. They observed that the relation between social cohesion and public space is visible in all parts of the world in very different public spaces. The importance is also seen in the effect of policies on public space in the UK that focus on increasing social cohesion: There, it has a positive effect on reducing criminal and anti-social behaviour (Aelbrecht et al., 2019). Furthermore, social cohesion appears to be one of the pillar stones in community building, and therefore of great importance in well-functioning neighbourhoods. The

feeling of responsibility in a community it creates, could have direct environmental benefits. In general, if people feel responsible, they will take better care of their environment.

This raises the question what the exact factors are that help in creating qualitative public space. There are several different indexes of describing quality in public space. Aelbrecht et al. (2019) found seven characteristics that are crucial in making public space encourage social cohesion: A high amount of: Accessibility, visibility, adaptability, congestion, spatial novelty, and informality. Carmona (2018) states in the public realm people always have rights, but also the feeling of certain responsibilities. He concludes that successful public spaces always are:

- Evolving (whether formal or informal in nature).
- Diverse (avoiding one-size-fits-all).
- Free (with secure rights and responsibilities).
- Delineated (clearly public in their use).
- Engaging (designing in active uses).
- Meaningful (incorporating notable amenities and features).
- Social (encouraging social engagement).
- Balanced (between traffic and pedestrians).

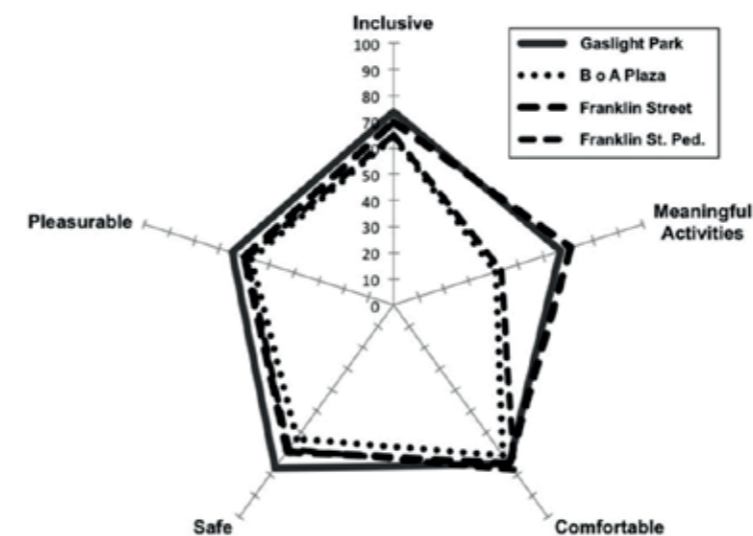
It is hard to determine and compare different public spaces as these factors apply to all scales. For example, public space is never totally evolving, or not-evolving. It is somewhere in between. Mehta (2013) developed a public space index in which he compared different public spaces. He measured with detailed observations how well public spaces perform on five categories: Pleasure, inclusive, meaningful activities, comfortable and safe. He made a graph showing the categories on a 5-axis graph, comparing four different public spaces in Tampa, Florida. Notably, this research shows that creating public spaces that are performing well on all factors is possible. It appears that in the creation of public space, concessions on these five factors do not have to be made.

Although these indexes for determining quality in public space are different, they all show the importance of inclusiveness. Good public space appears to be inclusive in people, activities, modes



▲ Participatory design process of Teleski Square. (Vermes, 2015) *Gezamenlijk ontwerpproces van Teleski plein.*

► Results of public space index. (Mehta, 2013) *Vergelijking van publieke pleinen.*



of transportation. As inclusion is important for social cohesion, the design process of public space often focusses on being as inclusive as possible. Since the late 1970's, participatory design for public spaces was used as a tool to generate inclusive social space. Although this way of designing aims for a more inclusive social space, it needs to be carefully monitored because it could create exactly the opposite (Aelbrecht et al., 2019). He gives examples like the design of Teleki Square Community Park in Budapest and Mortarapark playground in Vienna, both created in a participatory process aiming for inclusivity. In both situations, during the design process they included members of the local community. In Vienna it resulted in a place with gender division, with separate playgrounds for boys and girls. On Teleki Square the designers created class division: The public space was mainly suitable for the higher classes, since the designers were unable to reach the marginalized working-class groups. It resulted that both designs are failing to answer to their aims as socially inclusive spaces. This shows that however the creation of these parks seemed to want to enhance social cohesion, there are many other critical factors they forgot to consider. Although participation could help, these cases are exemplary for the urgency to match these sensitive design practices with the available knowledge of social sciences and the knowledge of properties that create social cohesion.

To make an inclusive mall, it is important to know what people visit, and live around it, and combine this with available knowledge on public space. Nowadays, Spaland has a lack of qualitative public space in, around, or near the neighbourhood centre. The public space appears to be barely evolving, not diverse or engaging. Moreover, due to the busy streets surrounding the mall, there is no balance in traffic. It could be of great value to the community living around and using the mall to update the mall with careful designed public space, that carefully looks at the factors that determine the quality of it. Moreover, by doing so, it could create an area that is more inclusive and therefore be of great means for community building. Increased social cohesion could strengthen the neighbourhood and create a more pleasant place for many living around the mall.

## (Het belang van goede publieke ruimte voor een gemeenschap)

*Spaland zou net als alle gemeenschappen profiteren van een sterke sociale cohesie. Sociale cohesie is een term die beschrijft hoe goed een groep of individuen functioneert als een betekenisvol en waardevol geheel (Stevenson & Waite, 2011). Sociale cohesie wordt vaak gebruikt als graadmeter hoe goed een maatschappij functioneert. Het belang van sociale cohesie wordt extra duidelijk omdat het door beleidsmakers en planners vaak naar voren wordt geschoven als een maatschappij onder druk staat door snelle veranderingen. Denemarken heeft bijvoorbeeld een welvaartsstaat die zich focust op het verbeteren van de sociale cohesie door het aanleggen van groen, publieke ruimte, om waardering en vertrouwen in de maatschappij te vergroten. Het blijkt namelijk dat goede publieke ruimte bijdraagt aan het verbeteren van sociale cohesie (Aelbrecht et al., 2019).*

Publieke ruimte is van groot belang voor een maatschappij omdat het de enige fysieke connectie is tussen inwoners. Maar zoals we weten, publieke ruimte bevat niet alleen verbindingswegen en paden, maar ook kwalitatief ontworpen ruimtes zoals parken en pleinen. Deze plekken spelen een belangrijkere rol omdat ze grote sociale, economische en duurzame voordelen kunnen hebben (Mehta, 2013), en zoals eerder gezien, bijdragen aan sociale cohesie (Aelbrecht et al., 2019). Patricia Aelbrecht en haar collega's (2019) geven aan dat publieke ruimte bijdraagt aan het thuisvoelen in een stad,



het mogelijkheden biedt voor sociale interacties en het opbouwen van gemeenschappen, en het ondersteunt mentale gezondheid (Aelbrecht et al., 2019). Publieke ruimte is de fysieke ruimte die mensen delen, inclusief de gerelateerde mentale en sociale ruimte.

De exacte betekenis van de term 'publieke ruimte' kan soms verschillend zijn. In dit onderzoek focussen we op publieke ruimte als *publiek toegankelijke ruimte*. Publieke ruimte bevat dan onder andere, straten en pleinen, maar ook alle andere toegankelijke plekken voor het publiek. Dit wordt ondersteund door de theorieën van Mehta (2014) of Hartevelde (2004). Hoewel niet iedereen het hiermee eens is, omschrijven zij publieke ruimte in het kader van publiek *toegankelijk* in plaats van publiek *bezit*. Hierdoor vallen ook alle private plekken die publiek toegankelijk zijn (zoals de meeste winkelcentra) onder publieke ruimte.

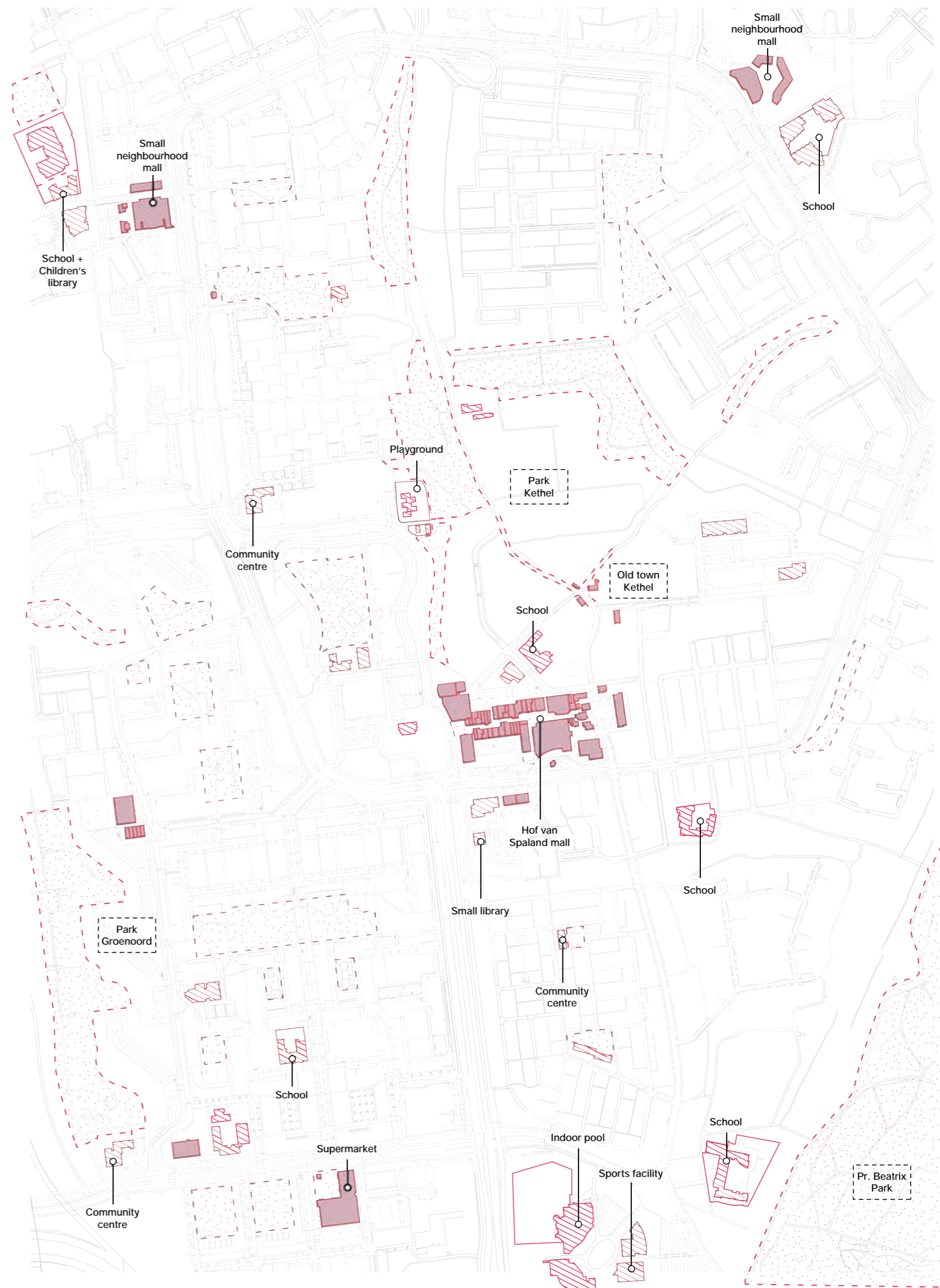
Door een parallelle onlinewereld worden gemeenschappen steeds complexer. Veel mensen vragen zich hierom af of de rol van fysieke publieke ruimte nog wel belangrijk is. Patricia Aelbrecht en collega's (2019) geven aan dat goede publieke ruimte tegenwoordig nog steeds een sleutelrol speelt in het verbeteren van de sociale cohesie. In het onderzoek wordt deze relatie tussen publieke ruimte en cohesie overal ter wereld waargenomen, op erg verschillende publieke plekken. Ook in het Verenigd Koninkrijk wordt gefocust op het vergroten van sociale cohesie. Buurten met meer publieke ruimte zien hier een afname in crimineel en asociaal gedrag (Aelbrecht et al., 2019). Bovendien blijkt sociale cohesie een van de kernpunten te zijn voor het versterken van de gemeenschap, en daarmee goed functionerende buurten. Sociale cohesie creëert een gevoel van verantwoordelijkheid, wat directe voordelen heeft voor het leefmilieu in de buurt: hoe verantwoordelijker de buurt zich voelt, hoe meer er met zorg wordt omgegaan met de omgeving.

Maar welke factoren maken dan kwalitatieve publieke ruimte? Er zijn verschillende factoren die cruciaal blijken te zijn voor goede publieke ruimte. Aelbrecht et al. (2019) beschrijven in hun boek zeven belangrijke eigenschappen voor publieke ruimte in het bevorderen van sociale cohesie: hoge toegankelijkheid, zichtbaarheid, aanpasbaarheid, samenkomen, ruimtelijke vernieuwing en informaliteit. Matthew Carmona (2018) beschrijft publieke ruimtes als: uitnodigend, divers, vrij, duidelijk publiek van aard, uitdagend, betekenisvol, sociaal, en gebalanceerd. Omdat het moeilijk is publieke ruimtes te onderzoeken en

vergelijken op deze punten heeft Vikas Mehta (2013) een methode ontwikkeld waarin verschillende publieke pleinen met elkaar kunnen worden vergeleken (zie afbeelding). Opmerkelijk in deze methode is dat het inzicht geeft in dat publieke ruimte goed kan scoren op alle verschillende factoren. Het is dus bijvoorbeeld niet zo dat een meer inclusieve publieke ruimte, altijd minder comfortabel is.

Hoewel verschillende experts dus andere kernpunten hanteren, lijken ze het eens te zijn over het belang van inclusiviteit. Goede publieke ruimte is inclusief in activiteiten, mensen, en manieren van gebruik. Omdat inclusiviteit in gemeenschappen ook van belang is voor het verbeteren van sociale cohesie, wordt in het ontwerpproces hier vaak op ingezet. Sinds de jaren '70 wordt participatie daarin ingezet om goede publieke ruimte te maken. Immers is de gedachte: hoe diverser de inbreng in het proces, hoe diverser het resultaat. Hoewel dit logisch lijkt, kan juist in dit soort processen met participatie, de publieke ruimte minder inclusief worden (Aelbrecht et al., 2019). Als voorbeeld wordt gegeven hoe het Teleki plein in Budapest weinig lagere klassen aantrok, omdat deze groepen ondervertegenwoordigd waren in het proces. Het Mortarapark in Wenen heeft gescheiden speelplaatsen voor jongens en meisjes, en is dus een plek waar gender gescheiden wordt. Hoewel beide ontwerpprocessen inclusief wilden zijn, bleek het resultaat daarin minder succesvol. Participatie van de buurt in ontwerpprocessen kan zeker helpen in het maken van goede publieke ruimte, maar dit moet gecombineerd worden met de beschikbare kennis over kwalitatieve publieke ruimte.

Om een inclusief winkelcentrum te ontwerpen, is het belangrijk te weten welke groepen er komen, maar ook welke in de buurt eromheen wonen. Hof van Spaland is een winkelcentrum met gebrek aan goede publieke ruimte. De ruimte in en rondom het centrum is weinig uitdagend, heeft nauwelijks zitplekken en is niet divers. Een herontwerp voor het winkelcentrum waarin de publieke ruimte meer plaats krijgt kan van grote waarde zijn voor de gemeenschap. Door goede publieke ruimte te maken, kan de sociale cohesie groeien. Dit zal positief effect hebben op de inwoners, het winkelcentrum, en de buurt.



- ▲ Public space 1:5000
  - ▨ Park/Plaza
  - ▩ Public building
  - Store
  - (Enclosed) semi-public space
- ▶ Public space in the Spaland Area.  
Publieke ruimte in de wijk Spaland.



# Schiedam

## Hof van Spaland

*Hof van spaland is located in the area of Schiedam-north. The area's location is central in the Metropolitan area of Rotterdam and The Hague, and lies between busy highways in the east, south and west. The mall's location is central in the urban area at the edge of Kethel, an old village from which the expansion started in the 1970s. The borough is nowadays diverse, although not mixed, with neighbourhoods separated by big roads intersecting it. The richer area north of the mall contains mainly single-family houses, that stand in contrast with the multi-family apartment buildings dominating Groenoord in the west.*

Hof van Spaland is a typical suburban mall based on Modernist city planning, appeared in the Netherlands from 1960 and were stimulated by various governmental policies and documents. These malls embodied Modernist values like focus on car-centric cities and separation of functions. After technical revolutions like the invention of plate glass and steel-reinforced concrete in the 20th century there was a desire to create something completely new, drifting away from old architectural styles. (Ministerie van VROM, 2001) Suburban malls

and functionality was one of the focus points that influenced the design (Abrahamse & Noyon, 2007). The new suburbs needed central malls to provide inhabitants with foods and services, with architecture based on middle Eastern bazaars and Parisian arcades, and combined with Modernist values (Van der Woudt, 1981).

Till new governmental policies were implemented in 1973, suburbanization in smaller communities was happening at a fast rate. In the 1970s the fast growth of rural villages came to a halt and by implementing new policies

### (Schiedam Hof van Spaland)

*Hof van Spaland ligt centraal in Schiedam-Noord. Deze wijk ligt centraal in de regio, en ingeklemd tussen drukke snelwegen in het oosten, zuiden en westen. Het winkelcentrum is gebouwd aan de rand van het oude dorp Kethel. Vanuit hier startte rond 1970 de grootschalige uitbreiding van Schiedam. De buurt is tegenwoordig divers, maar niet erg gemixt, met verschillende wijken gescheiden door grote verkeersassen. De meer welvarende wijken aan de noordrand bevatten veel eengezinswoningen, die in contrast staan met de grote flats van Groenoord ten westen van het winkelcentrum.*

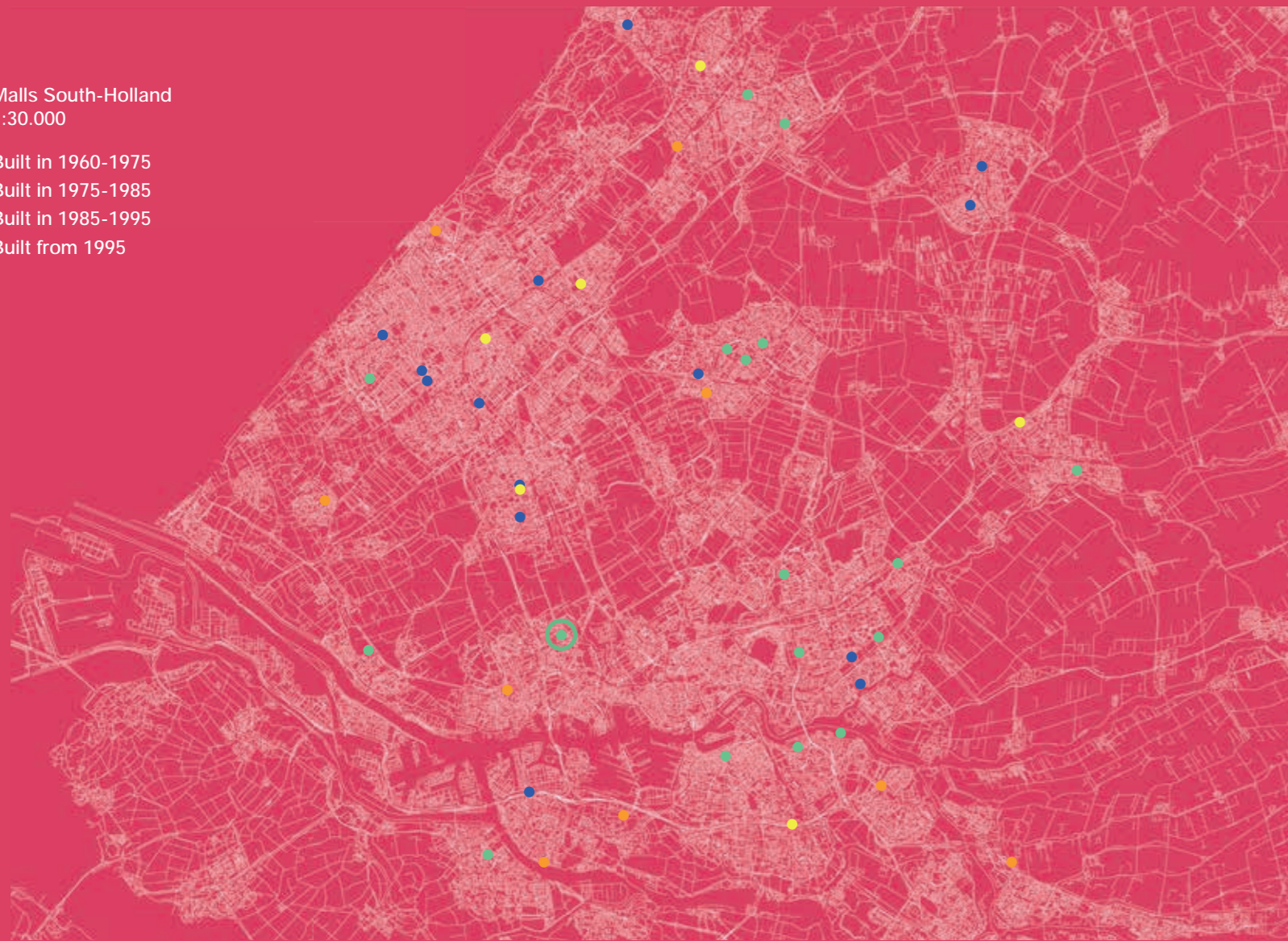
Hof van Spaland is een typisch Nederlands winkelcentrum gebaseerd op de kernwaarden van het Modernisme. Deze stroming kwam overwaaien uit de Verenigde Staten, en werd invloedrijker na de Tweede Wereldoorlog. Het concept achter winkelcentra zoals Hof van Spaland kwamen voort uit focuspunten van het Modernisme zoals op het gebruik van de auto en scheiden van functies. Modernisme ontstond aan het begin van de 20e eeuw: na uitvindingen zoals plaatglas en gewapend beton

was er een behoefte om een totaal nieuw soort architectuur te maken (Ministerie van VROM, 2001). Wijkwinkelcentra werden ontworpen met grote parkeerplaatsen en ze werden functioneel uitgevoerd (Abrahamse & Noyon, 2007). De naoorlogse uitbreidingswijken hadden deze centrale winkelcentra nodig waar bewoners hun dagelijkse boodschappen konden doen.

Tot de derde nota ruimtelijke ordening werd ingevoerd in 1973, waren het voornamelijk kleinere gemeentes die

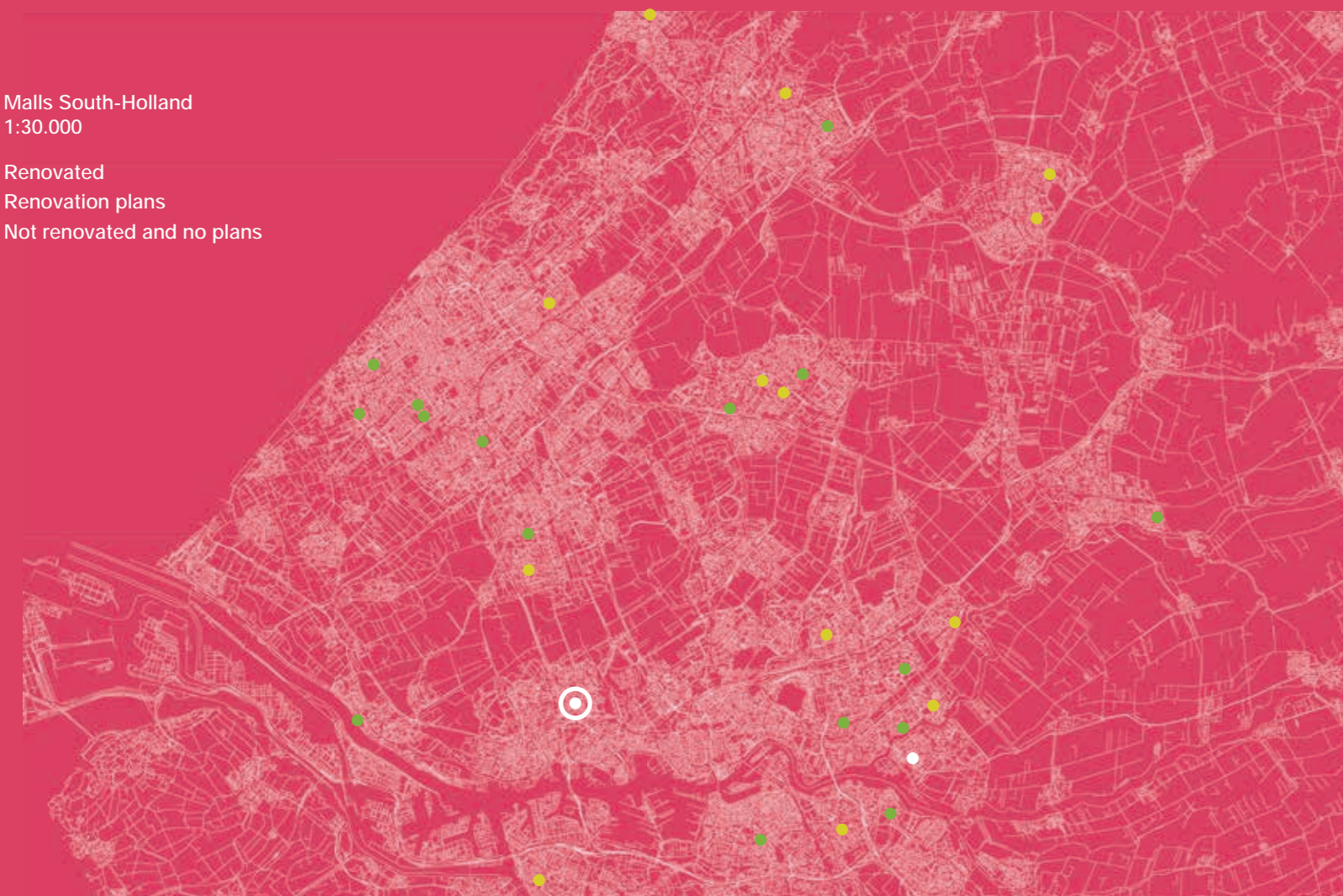
Malls South-Holland  
1:30.000

- Built in 1960-1975
- Built in 1975-1985
- Built in 1985-1995
- Built from 1995



Malls South-Holland  
1:30.000

- Renovated
- Renovation plans
- Not renovated and no plans



▲ Interior of the mall  
(Photo, march 2021)  
*Intrieur van het winkelcentrum*



▲ Hof van Spaland around 1980 (Gemeentearchief Schiedam, n.d.)  
*Hof van Spaland omtrent 1980*



▶ South entrance  
(Photo: March 2021)  
*Entree zuidzijde*





▼ Backside of shops with the parking garage at the left. (Photo, march 2021)  
*Achterkanten van winkels met de parkeergarage aan de linkerkant.*



the planned expansion of the western big cities was finally taking place. Hof van Spaland was built in 1978, as most malls were built between 1970 and 1985 (Ministerie van VROM, 2001). The designs of these malls were always more or less similar, and the remains of the Modernist concept are nowadays still clearly visible in the suburban malls. Although the mall was originally also meant as a central social space for the neighbourhood, the mall as qualitative public space to stay in slowly faded (Feinberg & Meoli, 1991). Because these suburbs were set up so spaciouly, there was enough green space around the neighbourhood for leisure. The parks and the plazas with this function were separately created, according to the Modernist plans.

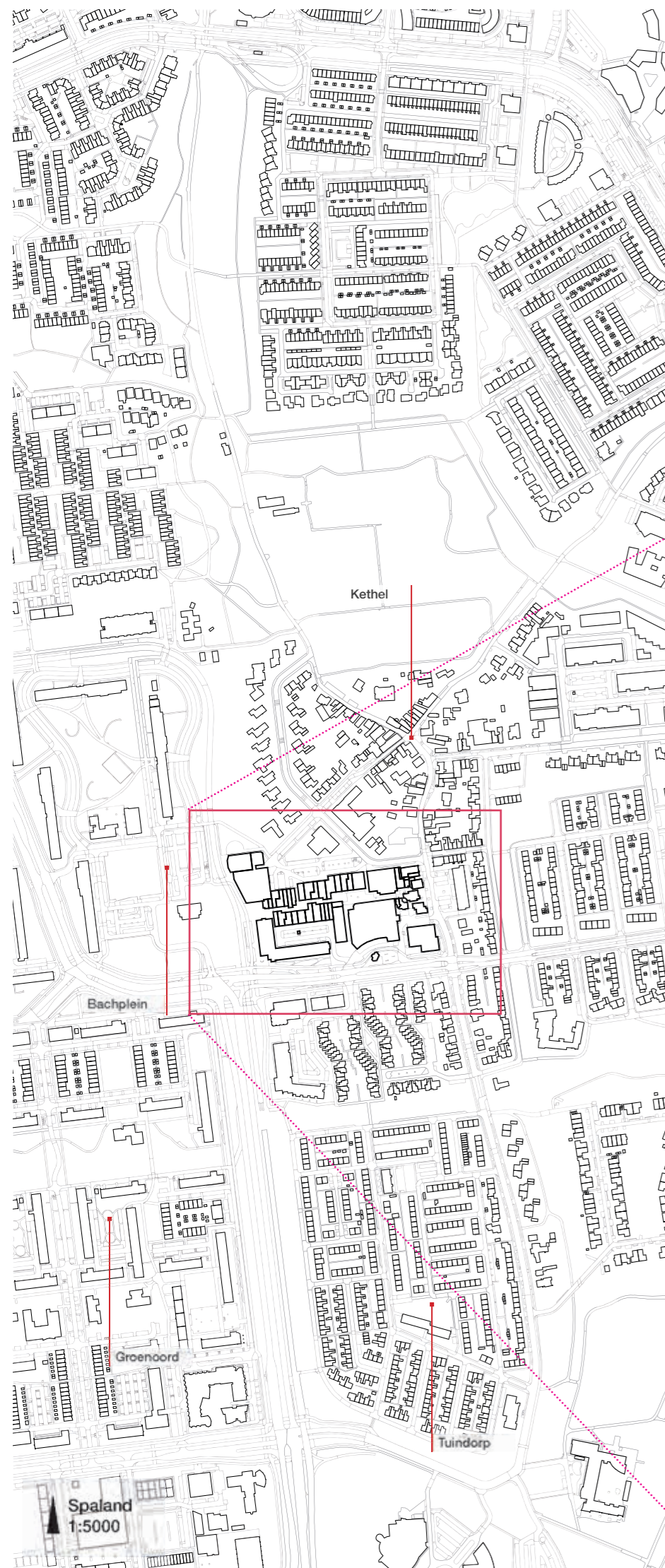
The mall of Hof van Spaland was built as a single level semi-interior shopping mall around one central east-west corridor. It had two main entrances at both sides of this axis, with a big supermarket located near the east entrance, and two minor entrances at the north side facing the old town of Kethel. The mall was focussed on the interior, with big parking lots at the west- and east-side: with the western lot on Bachplein still in its original form. In the beginning of the nineties, at the westside a new supermarket was built, with dwellings above it. Later in the nineties, the parking lot at the east-side was replaced with a new supermarket building, some shops, a new pedestrian passage and a two-level parking garage on top. During this renovation, the glass roof of the whole mall was replaced. This is the only mayor renovation done at this mall. In later years, only minor repairs and replacements have been executed (Van Dijk, 2009). At the intersection of the two axis a plaza was formed as a central point in the mall. The parking garage and lot are both located near one of the two big supermarkets in the mall. The mall has several different stores, mainly focussed on selling foods, drinks, clothing or services (such as hairdressers and opticians). However, the diversity of different categories is limited; there are, for example, five bakeries located in the mall. The passage is accessible all day and night. This is one of the reasons the atmosphere of the mall is a mix of a regular shopping street and a regular indoor mall. Mainly outdoor materials are used inside the mall. Inside the mall some outdoor furniture is placed, and in contrast with 'regular' malls, no music is played inside the corridor. The mall is at daytime quite crowded, and especially during the weekends it is buzzing with people doing their daily shopping.

hard groeiden. Na het invoeren van het nieuwe ruimtelijke beleid in de jaren '70, vond de geplande groei van de grote steden in de Randstad eindelijk plaats. De meeste wijkwinkelcentra werden gebouwd tussen 1970 en 1985 (Ministerie van VROM, 2001), zoals ook Hof van Spaland werd gebouwd in 1978. Het ontwerp van deze winkelcentra was altijd vergelijkbaar, gebaseerd op de Modernistische waarden, die tegenwoordig nog steeds goed zichtbaar zijn. Hoewel het Modernistische winkelcentrum oorspronkelijk bedoeld was als waardig wijkwinter met kerk, publieke ruimte en gemeenschappelijke functies, was deze focus op publieke ruimte in 1970 al uit het ontwerp verdwenen (Feinberg & Meoli, 1991).

Hof van Spaland is een gelijkvloers, semi-overdekt winkelcentrum. Het heeft een hoofdpassage lopend in oost-westrichting. Ooit had het twee entrees aan weerszijden van deze hoofdas, en twee kleinere entrees aan de noordzijde, de kant van het dorp Kethel. Het winkelcentrum is naar binnen gekeerd, met grote parkeerplaatsen aan de achterkanten en bij de entrees. Een van deze parkeerplaatsen, op het bachplein is nog in originele staat. In 1993 is aan de westzijde een woontoren gebouwd. Een aantal jaar later is het parkeerterrein aan de oostzijde van het centrum vervangen door een supermarktfiliaal, winkels en daarboven op een parkeergarage. Tijdens deze verbouwing is ook het glazen dak van het centrum vervangen. Na deze grootschalige ingrepen, zijn enkel nog kleinere onderhoudstaken uitgevoerd (Van Dijk, 2009). Midden in het centrum, op het kruispunt van meerdere passages bevindt zich een pleintje. De ontsluiting van de parkeergarage mondt hierop uit. Het centrum kent een redelijk divers winkelaanbod, gefocust op etenswaren, kleding en service (zoals kappers en opticiens). De winkelpassage is dag en nacht open, en heeft een buitenklimaat, waardoor de atmosfeer in het centrum een mix is tussen een normale winkelstraat en een overdekt winkelcentrum. Op het centrale pleintje zijn een aantal bankjes geplaatst en in tegenstelling tot in een 'normaal' Modernistisch winkelcentrum wordt hier geen muziek afgespeeld. Het winkelcentrum wordt dagelijks drukbezocht, en voornamelijk in het weekend doen veel mensen hier hun wreeklijkse boodschappen.









# Methodologies

During the fieldwork from April 2021 till July 2021 most time was spent in and around the mall of Schiedam Hof van Spaland. During this time, many visitors and several shop owners had been interviewed. These people became key respondents to understand the situation and relations in the neighbourhood. These talks were not structured, but always started from the question of what people wanted to change in the mall of Hof van Spaland.

Besides the informal talks with these actors, formal interviews with a social organization active in the area, one resident-active group, two key figures in the municipality and a artists with their studio in the St. Martinusschool in Tuindorp took place. The interviews were structured as flowing dialogue: a list of prepared topics would guide the way through the interviews. All the interviewees are residents or people working in the neighbourhood. The outcomes of the interviews can be found in the appendix booklet. In this book these sources are described as either 'visitor', 'shop owner', or 'respondent'. Information from visitors and shop owners can be found in appendix B.1. Information from interview respondents can be found in appendix B.2. After one of the interviews, the results of two neighbourhood surveys were shared (from 2017 and 2019) that were filled in by the majority of the residents of Spaland. These forms provided with a lot of valuable information. The form-outcomes can be found in the appendix A, in the appendix booklet.

The questions that would be asked and the directions the interview would take were based on qualitative literature research on interior public space, exterior public space, and Modernist architecture. This literature research showed that in the creation of suburban malls, consumer mentality appeared to undermine the public space and have a big impact, as described in chapter 2. In the research, observations and interviews were used to describe the impact this mentality had on the people living around the mall and using the public space.

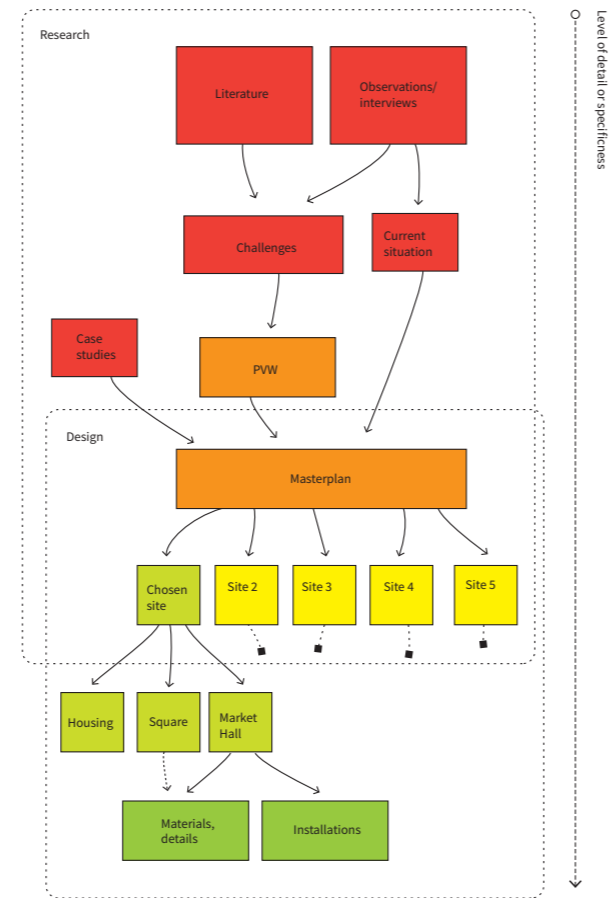
The first stage of the research contained of literature research and qualitative observations in the mall. Observations were conducted in several methods. First by the fact of loitering around, observing people, and letting them get used to our presence. In this informal way of research, the atmosphere and general overview of the location was studied. Second, sketch, photography and film were used to document the architecture, atmosphere, and use for further research. Sketching and filming is further analysed in flow maps, that give a better understanding of the use and movement.

The second stage of the research consisted of informal talks and interviews. The original plan was to do elaborate anthropological research by infiltrating in the mall. Several shops and organizations were contacted, but because of the COVID-19 outbreak people were very careful and therefore this method appeared to be unsuccessful. However, by reaching out, people would already know the research, that gave advances later. Instead of infiltration, directly interviewing visitors and shop owners was chosen as my main research method. Interviews were done during different weekdays days, at different times to ensure a variety of respondents. Moreover, observing was also done during night-time and on Sunday to discover the use of the mall when almost all shops are closed.

The interviews were documented by taking notes. They were not digitally recorded. This was to create a more relaxed atmosphere where people felt more freely to talk. However, by always taking notes, it was clear that it was research taking place instead of a formal conversation. In this way, when someone said something confidential, they could say this right away and it would not be written down.

Official interviews with organizations and key figures were planned several weeks in advance. Because these people had a lot of background knowledge on the neighbourhood, they created a snowball effect off people that could be reached out to. This created a steady stream of information: for example, it resulted in insight in the two neighbourhood surveys. Although many people would not have a lot of time, a short phone call often gave already more insight in the situation.

To oversee the influences that Modernist planning and consumer mentality have on the public space in and around the mall, the research part is split into four different chapters. First, by doing literature research on professional post-Modernism theories and or debates from society in the last 25 years and the mall, it discovered three fields of influence that could be further studied. The three next chapters each describe the effects of one category: problems related to infrastructure and mobility, programming, and architectural orientation.



They will be classified in separate chapters, despite the awareness that these problems can be related or influencing each other. In these chapters, outcomes of the fieldwork are combined with literature research to give a clear understanding of the relations between planning, architecture, and use. Each chapter contains a visualized conclusion. As seen in the image on this page, the research is concluded with a program of wishes (PvW) extracted from the challenges for Hof van Spaland.

This research, both literal and observational can help understand how public space is shaped by policies and planning. To make the step to solve the existing problems and combine multiple wishes into an inclusive design, two final parts with recommendations are added. The first part contains an inclusive masterplan, based on the research and a few existing architectural exemplary solutions (case studies). These case studies help to find possible parameters for the proposed masterplan and redesign for the public space. The masterplan is also shaped by properties of the current situation, that are not problematic (see image). The second part zooms in on a small section of the masterplan (one out of five possible sites found) and contains the proposal for a market hall, housing and a square at the north side of the mall. Several solutions will certainly clash, so creating an integrative design that solves all problems will be nearly impossible to establish. More elaborate process drawings for the creation of the masterplan and market hall that are not showed in this booklet can also be found in the appendix booklet.

To ensure the privacy of all respondents, the interviews were taken anonymously. From many visitors of the mall, no personal information was asked. The received surveys did not contain any confidential or personal information. Shop owners where the only actors spoken to several times on a regular basis. In contrast with the regular interviews, the information they gave was sometimes confidential. The anonymity of the shop owners is guarded as the number of shops in the area is high, and this research does not contain detailed information.

## (Onderzoeksmethode)

Tijdens het veldonderzoek van april 2021 tot juli 2021 is Hof van Spaland regelmatig bezocht. Tijdens deze periode zijn bezoekers en winkelleigenaars ondervraagd. Deze personen stonden centraal in het begrijpen van het winkelcentrum en het onderzoeken van de onderlinge relaties in de buurt. De gesprekken met deze personen waren niet gestructureerd, maar begonnen altijd met de vraag wat mensen wilden veranderen aan het winkelcentrum Hof van Spaland.

Naast de informele gesprekken met deze personen, vonden meer formele interviews plaats met sociale organisaties, een buurtinitiatief, gemeenteambtenaren en een kunstenaar met een studio in de oude St. Martinusschool in Tuindorp. De interviews werden gestructureerd als dialoog: een lijst met te bespreken onderwerpen diende als leidraad in het interview. Al de ondervraagden waren mensen wonend, of actief in de buurt. De uitkomsten van de interviews kunnen worden gevonden in het appendix boekje. In dit onderzoek wordt naar deze bronnen gerefereerd als 'bezoeker', 'winkelier', of 'respondent'. Informatie verkregen van gesprekken met bezoekers en winkeliers kunnen worden gevonden in bijlage B.1 in het appendix boekje. Informatie uit interviews kan worden gevonden in bijlage B.2. Daarnaast zijn de uitkomsten van twee brede buurt-enquêtes gedeeld (uit 2017 en 2019). De gebruikte uitkomsten kunnen worden gevonden in bijlage A van het appendixboekje.

De vragen voor de interviews zijn gebaseerd op kennis uit literatuur over publieke binnenruimte, publieke buitenruimte, en Modernistische architectuur. Uit de literatuur kwam naar voren dat bij de bouw van winkelcentra, focus op de consument slechte invloed had op de publieke ruimte, zoals beschreven in hoofdstuk 2. In het onderzoek zijn observaties en literatuur gecombineerd om te omschrijven hoe deze mentaliteit mensen, de ruimte en buurt beïnvloedt.

In de eerste fase van het onderzoek is voornamelijk literatuur bestudeerd en zijn observaties gedaan in het winkelcentrum. Er zijn verschillende observatiemethodes toegepast zoals rondhangen in het winkelcentrum waarmee het gebruik van het centrum is geobserveerd. Daarnaast

werden schetsen, foto's en films gebruikt om de architectuur en sfeer te documenteren. De eerste methode was geschikt voor het onderzoeken van de algemene sfeer, waar de tweede methode leidde tot het maken van gedetailleerdere kaarten en schema's die het gebruik en de bewegingen door het centrum in kaart brachten.

De tweede fase van het onderzoek bestond uit informele gesprekken en interviews. Het was oorspronkelijk de bedoeling om te infiltreren in het winkelcentrum en daarmee belangrijke informatie te verkrijgen, maar door de COVID-19 pandemie waren organisaties en winkels erg voorzichtig en bleek dit niet goed mogelijk. Echter, het eerste contact was al gelegd, waardoor het verdere verloop van het onderzoek soepeler ging. In plaats van infiltratie werd gekozen voor het direct interviewen van bezoekers, winkeliers en (buurt)organisaties. De gesprekken vonden plaats op verschillende dagen en tijdstippen om een gevarieerde input te genereren. Observaties vonden voornamelijk plaats overdag, maar ook in de avond en nacht. De interviews werden gedocumenteerd door middel van notities, waardoor een relaxte en informele sfeer ontstond. Doordat het altijd duidelijk was dat er notities werden gemaakt, konden personen ook aangeven als bepaalde informatie niet meegenomen mocht worden in het onderzoek. Deze informatie werd dan niet opgeschreven.

Officiële interviews met organisaties werden van tevoren gepland. Omdat deze personen vaak kennis hadden over sleutelfiguren in de wijk, opende gesprekken met deze personen vaak deuren naar nieuwe informatie of personen. Deze gesprekken zorgden voor een gestage instroom van informatie. Zo gaf een gesprek toegang tot een tweetal buurt-enquêtes, die van grote waarde bleken te zijn in dit onderzoek.

Om de invloed van Modernistische stadsplanning en consumentmentaliteit goed in beeld te brengen is het onderzoek gesplitst in vier verschillende hoofdstukken. Het eerste hoofdstuk bevat literatuuronderzoek waaruit drie verschillende invloeden op het winkelcentrum zijn ontdekt. Deze invloeden worden behandeld in de daaropvolgende hoofdstukken: problemen

gerelateerd aan autogebruik, programma en de oriëntatie van het gebouw. Hoewel deze invloeden overlappen en gerelateerd aan elkaar kunnen zijn, worden ze behandeld in verschillende hoofdstukken. Elk hoofdstuk bevat een illustratie als conclusie. Een tussenconclusie na deze drie hoofdstukken geeft aanzet tot het tweede deel van het boek, waarin oplossingen voor de uitdagingen worden aangedragen.

Het tweede deel van het onderzoek start met het omschrijven van een inclusief masterplan, gebaseerd op het onderzoek en een aantal voorbeeldprojecten. Deze voorbeeldprojecten helpen bij het omzetten van problemen naar ruimtelijke oplossingen. In het ontwerp van het masterplan is ook gekeken naar de minder problematische kanten van het winkelcentrum. Daarna wordt ingezoomd op een kleiner deel van het masterplan, in de uitwerking van het ontwerp van een markthal, appartementen en een buurtkantine. Omdat verschillende oplossingen met elkaar zullen botsen, is het onmogelijk om een ontwerp te genereren dat alle problemen oplost. Meer uitgebreide procestekeningen voor het ontwerp kunnen worden gevonden in bijlage C in het appendixboekje.

Om de privacy van de respondenten en bezoekers te waarborgen, zijn de interviews anoniem afgenomen. Er werd geen persoonlijke informatie gevraagd aan de gesproken personen. Ook de ontvangen enquêtes bevatten geen persoonlijke informatie. Winkeliers waren de enige personen waar meermaals mee is gesproken. In tegenstelling tot de andere informatie, was de verkregen informatie van winkeliers soms vertrouwelijk. De anonimiteit van de winkeliers blijft gewaarborgd omdat het aantal winkels in het gebied groot is, en dit onderzoek geen gedetailleerde informatie bevat.



# 2. Consumerism

## Consumerisme

### Shaped for the consumer

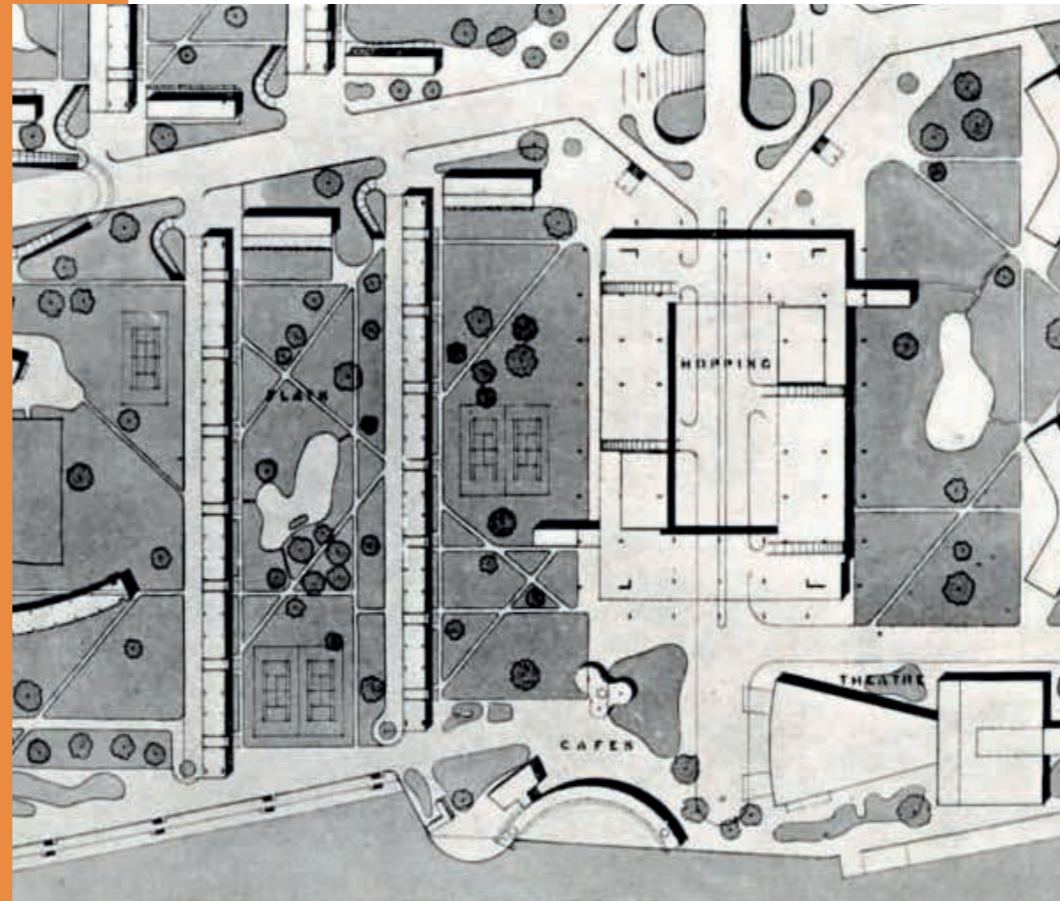
*'I'm talking with a woman in her mid 50s. She came just out of the supermarket. She likes to live in the neighbourhood. Indeed, it has its problems, and she feels a bit lonely during the ongoing corona crisis but living in Spaland is not bad at all. When I'm asking her about the mall, she says she generally likes it, but questions why apart from the different stores it all needs to look the same. "It is similar with the area at the other side.", she points in the direction of Bachplein, "it's all cars and cars, and big ugly apartment flats. These flats are all the same, I sometimes don't even know where I am. Why does it all need to be so grey and dull? The only thing that gives it colour, is the laundry hanging from the balconies." '* (Conversation with visitor, June 2021)

Bachplein is located in an exemplary Modernist neighbourhood facing the mall of Schiedam Spaland. Modernism refers to 'Modern', as the movement had very contemporary and new ideas when it first gained attention around 1900. The movement was getting more influential in the second half of the 20th century. After the technical revolutions there was a desire to do something completely new, drifting away from old architectural styles in form, function, and use. Only after the second world war, this way of thinking got implemented in the standard architecture. Modernism also focussed on the ideas of Functionalism; believing that architecture had to follow the intended function. Initiated by CIAM (Congrès Internationaux d'Architecture Moderne) with influential members as Le Corbusier and Cornelis van Eesteren, whole cities were replanned, and Modernist suburbs designed. Notably, although every suburb contained a mall, they were not mentioned as a function of the neighbourhood. The mall seemed not to exist in the Modernist vision (Harteveld & Fuchs, 2007).

The thoughts of CIAM are still clearly visible in many Modern Dutch suburbs: functions were separated as much as possible. Suburbs like 'Nieuwe-Westen' and 'Bijlmermeer' in Amsterdam were examples of Modern living, surrounded by green space and the car as main tool of transportation. In contrast to the older housing styles of the decades before, the apartments had to be light and spacious (Dutch: Doorzonwoning). Suburban malls were designed with big parking lots and functionality was one of the focus points that influenced the design (Abrahamse, 2007). After the second world war the housing and spatial planning policies resulted in a fast outward grow of the big cities in the west. Logically, the suburbs needed central malls to provide the new inhabitants with food, goods, and services.

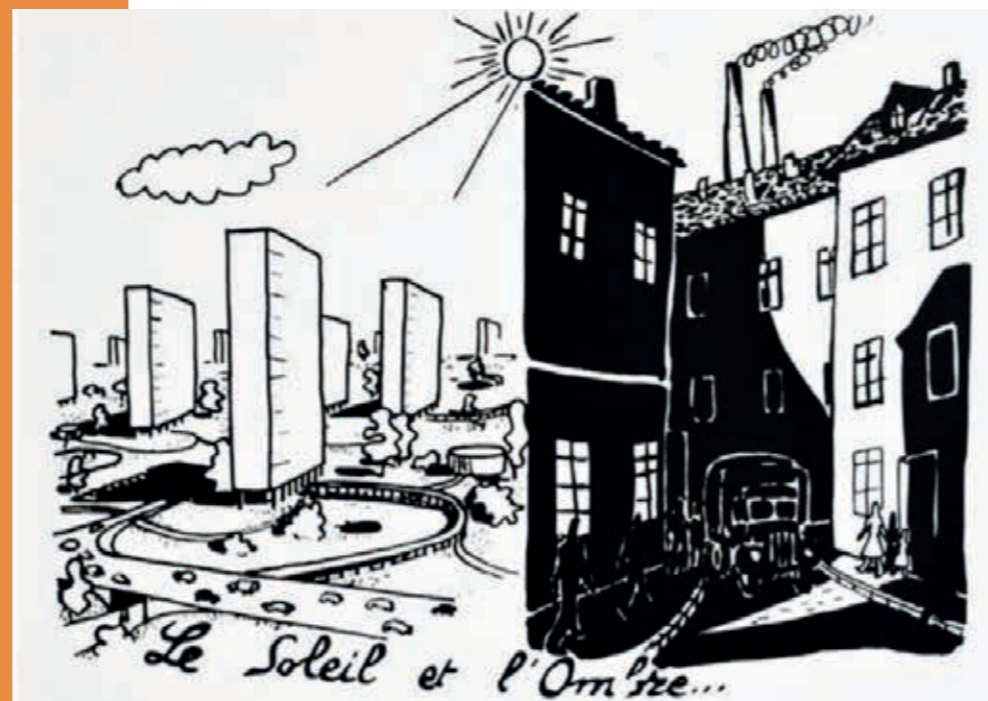
The general concept of Modern malls work are inspired from the consumer centric designs for department stores in the 19th century. In 1852 Aristide Boucicault figured out that customers firstly needed to be lured into the stores and after this convinced to buy something. Burgers (2006) discovered that this concept only grew stronger in the last 150 years. To make profits for the stores highest, more advanced technical solutions were invented to keep these interior spaces comfortable and interesting. In the United States, these days the border between 'mega-malls' and amusement parks is slowly erased, with the result that the customer is attracted inside but also stays for longer. This far-reaching luring for customers has its side effects, as it also attracts 'unwanted' loitering youngsters and homeless people, these days already called 'mall-rats'. As private police forces try to keep them out, it draws an image of how this public interior space of the mall is often also not inclusive. Similar characteristics are also seen in the Netherlands, mainly in the selection of stores settled in the building. In the 'Hovenpassage' in Delft, greengrocers were at first hand rejected because they would disturb the clean image: 'their messy appearance did not belong in a neighbourhood mall.' (Kooyman, 1999)

However, malls were originally not envisioned as monofunctional shopping passages. Jon Jerde is an architect that kept focussing on malls with a communal value included (Bergen, 1998). His buildings try to combine and serve the opposing community and economic values. Jerde stated that as we cannot get rid of these so called 'commodities', we reward society when we learn to



▲ Typical Modernist planning (Garden City of the Future, 1936)  
Typisch Modernistische stadsplanning

▼ Light, air and space (Le Soleil et L'ombre, n.d.)  
Licht, lucht en ruimte



#### (Gemaakt voor de consument)

*'Ik praat met een vrouw in de vijftig. Ze kwam zojuist uit de supermarkt. Ze houdt van de buurt, maar geeft toe dat het ook problemen kent. Ze voelt zich ook soms een beetje eenzaam in de coronatijd, maar het leven is in Spaland niet slecht. Wanneer ik haar vraag naar het winkelcentrum geeft ze aan dat ze het een fijn winkelcentrum vindt, maar zich afvraagt waarom alles er zo hetzelfde uit moet zien. "Het is vergelijkbaar aan die kant", ze wijst naar Bachplein, "Alleen maar auto's en grote grijze flats. Deze flats lijken zo erg op elkaar, ik raak er soms zelfs de weg kwijt. Waarom moet het allemaal zo saai en grijs zijn? Het enige dat kleur geeft is de was op de waslijnen." '* (Gesprek met bezoeker, Juni 2021)

Bachplein bevindt zich in een typische Modernistische wijk, direct ten westen van Hof van Spaland. Modernistisch verwijst naar 'Modern', omdat de stroming erg vernieuwende ideeën had toen zij opkwam aan het begin van de 20e eeuw. Na de industriële revolutie en de uitvinding van gewapend beton en plaatglas was er behoefte om iets compleet anders te doen. Modernistische architectuur stond ver verwijderd van de oude architectuurstromingen. Modernisten legde nadruk op functionaliteit, dat architectuur en de gebouwfunctie sterk met elkaar verbonden zijn. Pas na de Tweede Wereldoorlog werden deze ideeën meer invloedrijk voor de standaardarchitectuur. Door leden van het CIAM (Congrès Internationaux d'Architecture Moderne) werden volledige steden herontworpen en Modernistische buitenwijken gepland.

Het gedachtegoed van het CIAM zijn nog steeds goed te zien in Nederlandse naoorlogse wijken. Functies werden zo goed als mogelijk gescheiden. Het Nieuwe Westen en de Bijlmermeer in Amsterdam waren toonaangevende voorbeelden voor het Moderne wonen, omringd door groen en de auto als ultiem vervoersmiddel. De woningen staan in contrast met de oudere woonstijlen van de decennia daarvoor, en waren licht en ruim (de doorzonwoning). Elke nieuwe Modernistische wijk bevat ook een winkelcentrum zoals Hof van Spaland, omringd door grote parkeerplaatsen (Abrahamse, 2007).

Het concept voor het Modernistische winkelcentrum was gebaseerd op de consumentgerichte ontwerpen voor wonhuizen uit de 19e eeuw. In 1852 bedacht Aristide Boucicault een concept waarbij de consument eerst naar binnen zou moeten worden gelokt, waarna deze moest worden overtuigd om iets te kopen. Burgers (2006) ontdekte dat met de jaren dit lok-concept alleen maar sterker is geworden. Om winst te maximaliseren, meer geavanceerde manieren werden geïntroduceerd om de omgeving zo aantrekkelijk en comfortabel mogelijk te maken. In de Verenigde Staten is de grens tussen groot winkelcentrum en attractiepark steeds meer aan het vervagen. Alles wordt gedaan om de consument binnen te houden, maar dit resulteert ook dat 'ongewenste' bezoekers zoals jongeren en zwervers het winkelcentrum hebben gevonden. Beveiliging probeert deze mensen te weren, en laat zien dat het interieur niet inclusief is. In Nederland gebeurt iets soortgelijks. Zo werden bijvoorbeeld groenteboeren geweerd uit de Hovenpassage in Delft, omdat ze niet zouden passen in het schone interieur (Kooyman, 1999).

Echter, buurtcentra waren niet altijd bedoeld als winkelpassages. Jon Jerde is een architect die zich richtte op het creëren van gemeenschappelijke waarden in het winkelcentrum (Bergen, 1998). Zijn ontwerpen

proberen winkelen en samenkomen te combineren. Zijn ontwerpen bevatten kerken, gemeenschapsruimten en publieke pleinen. Jon Jerde concludeert dat we niet snel afkomen van dit consumptiegoed en daarom ermee moeten leren omgaan. CIAM lid Victor Gruen, ook wel bekend als 'vader van het winkelcentrum' noemde winkelcentra dé ontmoetingsplek voor buurten, maar zag ook hoe het fout was gegaan (Marchi, 2017). Typisch voor (post)Modernisten, was Gruen kritisch over hoe zijn gebouwen waren overgenomen door consumentwaarderen. Hij stelde voor dat dit soort centra constant zouden moeten worden aangepast aan de veranderende maatschappij (Marchi, 2017).

Denise Scott Brown (2007) geeft aan dat winkelcentra nooit iets kunnen betekenen voor de gemeenschap. Ze geeft aan dat deze centra zelden waardevol zijn maar enkel doen alsof ze van waarde zijn. Hoewel ze inziet dat winkelcentra publieke ruimte zijn, geeft ze aan dat het niet het soort is wat betekenisvol is voor een buurt. De enige waardevolle activiteiten vinden vaak plaats op de parkeerplaatsen, weggestopt in een hoekje (Harteveld & Scott Brown, 2007).

Kate Winter (1999) vraagt zich af of winkelcentra ooit betekenisvol kunnen zijn voor een gemeenschap. Deze centra zijn in het bezit van private ondernemers, maar dienen wel een publieke functie. Het probleem met dit private bezit is dat het vaak niet goed is in het dienen van de gemeenschap. Er zijn dus wel voorbeelden van winkelcentra met publieke functies, maar omdat ontwikkelaars snel geld willen verdienen, hebben ze vaak geen interesse in de staat van het project in een aantal decennia (Winter et. al., 1999). Met zo'n groot en belangrijk deel van een buurt dat zich voornamelijk richt op consumeren, en daarmee een meer individualistische levensstijl, is het duidelijk hoe sociale cohesie hier verminderd. Het is de vraag hoe ver deze afbraak kan gaan totdat een gemeenschap niet goed meer functioneert.

Een andere kritische blik komt van Henri Lefebvre. Hij geeft aan dat Modernistische planning zich zou moeten richten tot het creëren van levendigheid en plezier, in plaats noodzakelijke. Modernisme focust voornamelijk op het laatste, maar daarmee bereik je allebei niet (Stanek, 2011). Aldo van Eyk, een Nederlands architect, sluit zich hierbij aan. Van Eyk geeft aan dat Modernisme gedreven wordt door formules, en zich zou moeten richten tot de mens zelf (McCarter, 2008). Ook Lefebvre omschrijft hoe waarden langzaam kapitalistisch worden en mensen invloed in de stad verliezen, waardoor sociale en publieke ruimte schaars wordt (Coleman, 2015). Echter, sociale en publieke ruimte is van levensbelang voor een stad. Dit soort ruimte is een motor voor algemeen welzijn



properly design with it. CIAM member Victor Gruen, known as founding father of the mall, once called malls the crystallization points of new suburban neighbourhoods (Marchi, 2017), but he saw how things went wrong. Typically to (post)Modernists, as times passed, Gruen became critical on how his Modernist buildings turned out as commercialization took over and the focus of serving the community disappeared. Resultantly, together with CIAM he proposed a more humanized concept called 'heart of the city', where he re-envisioned that the Modernist values needed to be constantly updated to the constantly changing shape of societies and communities (Marchi, 2017). This means that the visions and plans needed to reflect on itself and become adjusted to the possible changed society.

Denise Scott Brown (2007) opposes this idea that malls serve community, as she describes that malls were never public space but only try to imitate publicness. She calls malls public space, because they are accessible for everyone, but they can't be civic space, because this means they serve a meaning for the public realm, this is a place that serves the community. She states that the more these places try to be civic, the more private they become. "Malls encourage semi-civic and political events to take place on their parking lots or in their interior courts and 'community halls', which are usually nicked-away spaces unsuitable for retail use and with little public presence" (Harteveld & Scott Brown, 2007; p. 70)

Kate Winter (1999) questions if malls can satisfy our need for civic space at all. Malls are privately owned public spaces that serve a public function. The problem with privately owned public space is that it often does not serve the public well and, as we know, is not good at serving a civic function. There are examples where a shopping mall was designed to function in a more public way, but because developers normally get their money out of these projects so quickly, they do not care about what the place could be in a few decades (Winter et. al., 1999). With such a central part of the neighbourhood-functioning to serve mainly the consumer and their more individualistic lifestyles, it is clear how degradation of social cohesion happens here. It is questionable how far this degradation can go as the underlying bonds between individuals that form society need to be maintained to prevent it from (partially) drifting apart and become less cohesive. The scheme on the next page shows how less connections in a community create more distance between individuals.

Another critical view on widespread Modernist mall-architecture comes from Henri Lefebvre. He insisted that planning and design should be focussed on the "passionate and the pleasant" instead of the "useful, necessary, and needed". Modernist neighbourhoods were only focussed on the latter, but they would neither be useful or appealing (Stanek, 2011). Lefebvre gives examples of his criticism when he describes the 'Americanizing' of the Marais neighbourhood in Paris. He criticises the opening of a shopping mall, fast-food chains, and the Centre Pompidou. He describes it as the loss of "the right to the city", with values shifting slowly towards capitalism, and the people losing their territory to places for consumption. With this, urban (social) space becomes scarce (Coleman, 2015). His texts

are dated, but his thoughts still spark contemporary social movements and thinkers to re-claim the social space in the city, they consider to be of significant value. Nowadays, this importance of qualitative public and social space in the city gets even more pointed out by Carmona (2018) or UN Habitat (2013). They describe it as a driver for prosperity. Moreover, we already know that qualitative public space can help create a sense of community (Francis et al., 2012), as also Lefebvre stated that the streets of the city are a vital gathering of activities, objects, and commodities. Lefebvre was no architect, but when searching for a like-minded architect, Nathaniel Coleman (2015) states that the Dutch architect Aldo van Eyck is a key example. Aldo van Eyck was a human focussed architect that was warning how Modernist architecture became disconnected from the values Modernist based their theories on in the first place: enriching, attractive, new architecture, as human as possible. He also saw how Modernist architecture became something based on formulas and conceptional theories instead of everyday life and experiences (McCarter, 2008).

It shows that different thinkers agree on that the mall and Modernist neighbourhoods do not serve civic functions at all. Although intentions were good, nowadays this public value of the mall is nowhere to be seen. In other words, no matter how public or private the mall is, they say the role within the community should be improved.

These problems regarding Modernist neighbourhoods and the mall have been already discussed in public for decades. After 1990, driven by post-Modernism, the focus for city planning was shifting towards liveability and care. Nowadays, we see inner cities struggle with the rivalry from big online stores, but already in 1995, some malls were struggling with empty premises as department stores and other malls were expanding their opening hours to attract more customers (Abcouwer, 1995). Moreover, the malls were sometimes lacking in creating a connection with the wishes of the neighbourhood. For example, despite the growing Turkish immigrant populations, in the mid-90's no Turkish stores were settled malls (Het Parool, 1995). These malls saw a drop in customers and had to find ways to deal with a decline in economic stability. Other problems that were discussed were the focus on economics, and declining liveability. Helfferich (1995) was stating that with the focus on productivity and the private character of these stores led to a decline in regards to quality for citizens. Like now, the often-established solution was to build new housing towers close to and on top of these malls to 'reactivate' the public space (Huisman, 1995).

For future existence of Hof van Spaland, the municipality is talking with a supermarket chain to buy up adjacent stores and redevelop the land, with the potential for extra parking space and houses on top of the mall (Shop owner, April 2021). Because the architecture of the mall is shaped by Modernist and consumer values its functioning often purely embodies economic growth or serving the individual needs instead of communal values. At most times this is the result of the fact that the profits for shops and malls are easily measurable as the profits from focussing on values related to the public are way more subtle and hidden. For example, economic growth of a neighbourhood is relatively easy to

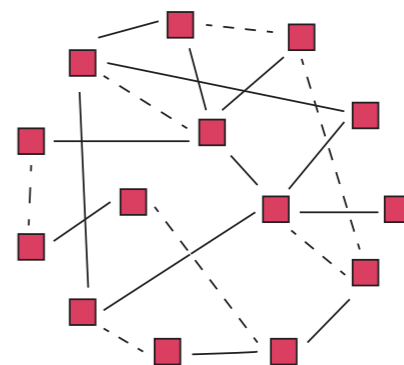
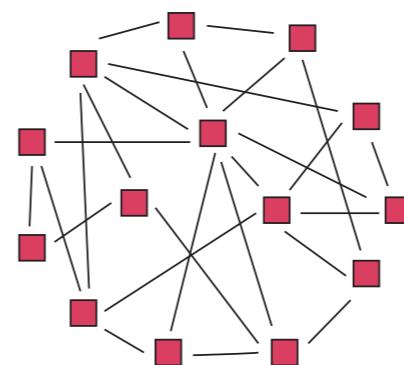


▲ Advertisements placed on the main street in the mall. (Photo: march 2021)  
*Reclame op de binnenstraat.*

measure, but the money saved by a decrease in criminality and vandalism is hidden. It is way harder to prove this importance because the gains of social cohesion are often relating to prevention, and thus not- or hardly measurable. And still, the often-used scheme for revitalization focusses on financial growth. In an economy that is also focussing on other values, consumerism and individualism could move to the background. With key values as efficiency and convenience persisting in the mall, communal values get neglected or are disappearing (Bergen, 1998) or never existed in the first place (Harteveld & Scott Brown, 2007). Both could indirectly result in a decline in social cohesion.

To better understand the direct impact of consumer mentality on the inhabitants of the Spaland neighbourhood, the next chapters discuss how Modernist values shaped the mobility, programming, and architectural orientation of the Hof van Spaland mall. A better understanding of the consequences on the architecture creates the foundation for concrete solutions for the embodied problems in Hof van Spaland that are explained in the chapters afterwards.

▼ Distance between people grows when individual bonds disappear.  
*Afstand tussen mensen wordt groter als persoonlijke connecties verdwijnen.*



(Carmona, 2018; UN Habitat, 2013). Daarnaast weten we al dat publieke ruimte de gemeenschap kan versterken (Francis et al., 2012), doordat juist de publieke ruimte een plek is waar mensen samenkomen (Coleman, 2015).

Het laat zien dat verschillende architecten en denkers het erover eens zijn dat het Modernistische winkelcentrum weinig betekenisvol is voor een gemeenschap. Hoewel de intenties ooit goed waren, zijn deze gemeenschappelijke waarden langzaam vergeten. In andere woorden: de connectie tussen het winkelcentrum en de gemeenschap moet worden verbeterd.

Deze problemen in Modernistische wijken en rond het winkelcentrum bestaan al enkele decennia. Tegenwoordig zien we binnensteden worstelen met de groei van online winkels. Echter, al in 1995 kampten sommige winkelcentra met leegstand omdat warenhuizen en andere winkelcentra hun openingstijden verruimden om meer klanten te trekken (Abcouwer, 1995). Bovendien slaagden de winkelcentra er soms niet in aansluiting te vinden bij de wensen van de buurt. Zo was er, ondanks de groeiende Turkse immigrantenpopulatie, halverwege de jaren negentig nauwelijks een Turkse winkel in een Nederlands wijkwinkelcentrum gevestigd (Het Parool, 1995). Deze winkelcentra kregen steeds minder klanten en moesten manieren zien te vinden om met de teruglopende economische situatie om te gaan. Helfferich (1995) stelt dat de focus op productiviteit en het private karakter van deze centra leidt tot een afname van de aandacht voor leefbaarheid. Net als nu was werd vaak gekozen voor het bouwen van nieuwe woontorens boven op deze winkelcentra om de openbare ruimte te 'reactiveren' (Huisman, 1995).

Voor de toekomst van Hof van Spaland is de gemeente in gesprek met een supermarktketen om aangrenzende winkels op te kopen en de grond te her-ontwikkelen, met mogelijk extra parkeerruimte en woningen op het winkelcentrum (winkelier, april 2021). Omdat de architectuur van het winkelcentrum gevormd is door Modernisme en consumentwaarden, is het functioneren ervan vaak gefocust op economische groei of individuele behoeften in plaats van de gemeenschap. Meestal is dit het gevolg van het feit dat winst in deze centra gemakkelijk meetbaar is, terwijl de winst door focus op de gemeenschap moeilijker te meten is. De economische groei van een wijk is bijvoorbeeld betrekkelijk gemakkelijk te meten, maar het geld dat wordt bespaard door een afname in criminaliteit en vandalisme is subtieler. Het is veel moeilijker om dit belang aan te tonen, omdat de winst van sociale cohesie vaak komt door preventie, en dus niet uit te drukken is in economische winst. En dan nog, in een economie die zich ook op andere waarden dan economische richt, zouden consumentisme en individualisme naar de achtergrond kunnen verdwijnen. Als het centrum zich blijft richten op efficiëntie en gemak, worden gemeenschappelijke waarden verwaarloosd, of vergeten (Bergen, 1998), of ze hebben nooit bestaan (Harteveld & Scott Brown, 2007). Dit alles kan indirect resulteren in een afname van de sociale cohesie.

Om de invloed van consumentisme op de bewoners van Spaland beter te begrijpen, leggen de volgende hoofdstukken uit hoe Modernisme vormgaf aan het vervoer rondom, het programma in en de oriëntatie van het winkelcentrum Hof van Spaland. Inzicht in deze gevolgen genereert een goede basis voor de concrete oplossingen die worden aangedragen in het tweede deel van het boek.



# 3. Key problems Sleutelproblemen

## A place dictated by **the car**

*'I'm standing at the top floor of the parking garage. An older man in a three wheeled mobility scooter is unloading things into his Fiat panda. I approach him and start talking about what he likes and dislikes about the mall. He responds by pointing to his scooter: "...it's so convenient, I can park my car here, drive into the elevator and arrive at Albert Heijn. The city centre has all these sidewalks and bumps, that's why I don't like it there." ' (Conversation with visitor, May 2021)*

Car-mobility is one of the key factors driving the design of the mall. The car-oriented planning approach in the United states of the first half of the 20th century (Longstreth, 1999) arrived in the Netherlands in the sixties and seventies and has led that Hof van Spaland is a mall surrounded by parking opportunities. There is a big parking lot at the west side of the mall, and in the mid 1990s the parking lot at the east side is replaced by a supermarket with a two-storey parking garage on top. This garage was built according to the approach of that time that still focussed on car accessibility for malls, as seen in Gruyt & TU Delft (2000). There is even more parking on the north side, mainly used by inhabitants who know the mall well, because even on busy Saturdays, this lot is never full. Although at peak hours the lots can be quite filled, on normal weekdays the vast amount of parking is empty. The reason for a high amount of free parking surrounding the mall is the attractiveness for customers. Big roads make it fast and easy to come into the mall. The contrast between the interior and the exterior of the mall is high. Inside is a calm atmosphere with people walking around, but the exterior is chaotic with cars circling around the building. This ease for car mobility in the neighbourhood means that not all customers of Hof van Spaland live close by. A clothing store pointed out that many of their customers come from Rotterdam or The Hague. Due to social media platforms and fast connections, they appear to attract people from further away, up to 20 kilometres (Respondent, May 2021). What they mostly like? That the parking is for free. Although the large amount of free parking is mentioned in almost every conversation, not everyone is happy with this situation. There are some who complain about the noise at the surrounding and connecting roads, or about dangerous situations at the intersections at the south side of the building, where most traffic passes (see also the mobility flow-diagram on p. 29). Moreover, in general, car use in urban environments contributes to noise, heat-stress, and air pollution (Nieuwenhuijsen & Khreis, 2016).

Keller Easterling (2019) has studied the consequences of repetition of mall architecture, a phenomenon she classifies under 'infrastructure space'. Infrastructure space is the endless repetition of similar concepts, that seem successful. She discovered that these car-related problems don't stand on their own. She points out that the repetition of producing infrastructure space often led to failed and neglected spaces that don't provide the quality they aim for. For example, the roads connecting Spaland, that are another example of infrastructure space, promoting freedom of movement but in the end the system often leads to massive congestion (Visitor, May 2021). This can be easily compared to the infrastructural space of Modernist architecture that shaped our suburbs and malls resulting in giant parking lots and enormous backsides with blind walls (Easterling, 2019). Moreover, in general, malls that are not properly woven into the city fabric have the risk of becoming so called 'unanchored commercialization' (Shiffman, 1999). He describes the problem with the scheme; it can erode

this fabric and in extreme circumstances, when built only car-dependent, it can undermine the conglomeration that is visible in classic inner-cities. In a smaller scale this is seen at the use of the parking surrounding Hof van Spaland. Both Lidl and Albert Heijn have different parking facilities, so the visitors of both supermarkets barely mix.

The gas station and garage located at the Zwaluwlaan south of the mall are also a direct result of the car centric policies decades earlier. Nowadays, the station service shop is transformed into a seasonal ice cream store. This small store is separated from the mall entrance by a busy road going into the parking garage. With cars approaching this intersection with high speeds, it appears to be very uncomfortable to cross (Visitor, May 2021; Respondent, June 2021).

Another problem is the use of the smaller roads at the east and north side by cars. Due to the location of the mall next to the old town of Kethel, these roads are narrow, and connected to the more bike friendly neighbourhoods in the north. The main bike route from Schiedam to Delft is passing the mall directly at the east. Because of the deliveries to the shops at the north side of the building, big trucks cross this part of the public space daily. The focus of the mall design is on the inside, and the connection with the outside is lacking. Denise Scott Brown (2007) describes the importance to not totally forget the necessity of carefully planning the service-based functions of mall buildings like the situation surrounding Hof van Spaland. She states that if we do forget this, vehicles for maintenance and trucks will invade the public parts for pedestrians. With this said Scott Brown introduces the in-outside relationship as these two are highly intertwined. Especially with public buildings like malls, she states that these two should be taken in account as a pair; as certain layouts, either interior or exterior, do create unwanted results for the other one (Harteveld & Scott Brown, 2007).

Although cars play a big role in the mobility, there are a lot of alternatives surrounding Hof van Spaland. Especially the north side of the mall is well connected with biking paths and more quiet streets (Also see mobility-flow diagram). Bikes are quite conveniently parked in at the entrances of the mall, under smaller roofs that were built in the mid 90-ies, or in the passages at the north side. However, a significant difference in bike use between the neighbourhoods can be seen, as Groenord is less bike friendly than Tuindorp or Kethel. Next to this, a tram stop at the west side connects the mall with the city centre of Schiedam as well as with Vlaardingen-Holy and the neighborhoods north of the mall. Although the public transport during the day is relatively well functioning, many complain about it during evening hours. The tram is running till 9pm, for many considered to be too early (Appendix A.3, A.5; Visitor, June 2021).

The tram crossing at the west side of the mall is often referred to as dangerous. It is heavily used as it connects



▲ Parking spaces at Bachplein near Lidl (Photo: march 2021)  
Parkeerplaatsen voor de Lidl op het Bachplein.

▼ Bike parking at the north entrance (Photo: march 2021)  
Fietsparkeerplaatsen aan de noordzijde



### (Alles voor de auto)

*'Ik sta op het dak van de parkeergarage. Een oudere man in een scootmobiel is spullen aan het inladen in zijn Fiat Panda. Ik loop op hem af en begin vragen te stellen over wat hij fijn en minder fijn vindt aan het winkelcentrum. Hij wijst naar zijn scootmobiel: "... het is zo makkelijk hier, ik parkeer hier op het dak, rij de lift in en kom aan bij de Albert Heijn. De binnenstad heeft al die stoepen en drempels, daarom vind ik het hier beter." ' (Gesprek met bezoeker, mei 2021)*

Automobiliteit is een van de belangrijkste punten die het ontwerp van het winkelcentrum hebben beïnvloed. De voorkeur voor de auto waaide vanuit de VS in de jaren zestig en zeventig over naar Nederland (Longstreth, 1999) en heeft ertoe geleid dat Hof van Spaland een winkelcentrum is omgeven door parkeermogelijkheden. Een groot parkeerterrein bevindt zich aan de westzijde van het winkelcentrum, en halverwege de jaren negentig is het parkeerterrein aan de oostzijde vervangen door een supermarkt met daarbovenop een parkeergarage. Deze garage is gebouwd volgens de toenmalige aanpak die nog gericht was op autobereikbaarheid van winkelcentra, zoals te zien is in Gruyt & TU Delft (2000). De parkeerplaats aan de noorzijde wordt vooral gebruikt door bewoners die het winkelcentrum goed kennen, want zelfs op drukke zaterdagen is deze parkeerplaats nooit vol. Hoewel op drukke zaterdagen de parkeerplaatsen vol kunnen zijn, is op normale weekdays het overgrote deel leeg. De reden voor de grote hoeveelheid gratis parkeergelegenheid rondom het winkelcentrum is de aantrekkelijkheid voor klanten. Grote wegen maken het snel en gemakkelijk om in het winkelcentrum te komen. Het contrast tussen het interieur en de buitenkant van het winkelcentrum is groot. Binnen is een rustige sfeer met bezoekers die rondlopen, maar de buitenkant is chaotisch met auto's die rond het gebouw cirkelen.

Een kledingwinkel geeft aan dat veel van hun klanten uit Rotterdam of Den Haag komen. Door social media platforms en snelle autoverbindingen blijkt de winkel ook mensen van verder weg aan te trekken, tot wel 20 kilometer (Respondent, mei 2021). Wat ze vooral fijn vinden? Het gratis parkeren. Hoewel de vele gratis parkeerplaatsen in bijna elk gesprek wordt genoemd, is niet iedereen blij met deze situatie. Sommige bezoekers klagen over het lawaai van de grote wegen, of over gevaarlijke situaties op de kruispunten aan de zuidkant van het gebouw, waar het meeste verkeer passeert (zie kaart op p. 29). Bovendien draagt autogebruik in stedelijke omgevingen in het algemeen bij aan geluidshinder, hitte-stress en luchtvervuiling (Nieuwenhuijsen & Khreis, 2016).

Keller Easterling (2019) heeft onderzoek gedaan naar de gevolgen van het kopieergedrag van succesvolle concepten, waaronder het winkelcentrum. Zij ziet winkelcentra als het eendeloos herhalen van soortgelijke concepten, die succesvol lijken. Ze wijst erop dat de herhaling van het bouwen van winkelcentra vaak heeft geleid tot mislukte en verwaarloosde ruimtes die geen kwaliteit bieden. Bijvoorbeeld, de wegen die Spaland verbinden, lijken vrijheid te bevorderen, maar uiteindelijk leidt het vaak tot grote files (Visitor, mei 2021). Bovendien hebben winkelcentra die niet goed in de stad zijn geplaatst in het algemeen het risico om een losstaand geheel te worden (Shiffman, 1999). Dit is een probleem; losstaande winkels en centra zijn vaak auto-afhankelijk en dat werkt de gemeenschapsvorming tegen die vaak zichtbaar is in klassieke binnensteden en buurten. Op kleinere schaal is dit te zien bij het gebruik van het parkeerterrein rond Hof van Spaland. Zowel Lidl als Albert Heijn hebben verschillende parkeerplaatsen, waardoor de bezoekers van beide supermarkten zich nauwelijks mengen.

Het benzinestation en de garage aan de Zwaluwlaan ten zuiden van het winkelcentrum zijn ook een gevolg van het autogerichte beleid van tientallen jaren eerder. Tegenwoordig is de bijgebouw van het benzinestation omgebouwd tot een ijswinkel. Deze kleine winkel is gescheiden van de ingang van het winkelcentrum door een drukke weg die naar de parkeergarage leidt. Met auto's die hier snel rijden, blijkt het erg gevaarlijk om over te steken (Bezoeker, mei 2021; Respondent, juni 2021).

Een ander probleem is het gebruik van de kleinere wegen aan de oost- en noordzijde door auto's. De wegen ten oosten en noorden van het centrum zijn ouder en smal, en sluiten ze aan op de meer fietsvriendelijke wijken in het noorden. De hoofdfietsroute van Schiedam naar Delft loopt direct langs het winkelcentrum aan de oostkant. Vanwege magazijnen aan de noordzijde van het gebouw, rijden er dagelijks grote vrachtwagens over dit deel van het oude dorp. De focus ligt op de binnenkant van het winkelcentrum, waardoor het centrum z'n rug keert naar de buurt. Denise Scott Brown



Lidl with the parking lot. Because the pathway towards it slopes down, heavy shopping carts have the risk of ending up on the crossing while a tram is approaching (visitor, May 2021; Respondent, June 2021).

Clearly, Hof van Spaland still embodies car-oriented visions and there is less support for many other ways of transportation that exist in the neighbourhood. This leads to the mall being flooded with cars and surrounded by parking space that are often only used half of the time, but also sometimes totally full. Fast driving cars also create dangerous situations at intersections near the mall that are used for many different forms of transportation. It is seen that this car mobility is merely based on formulas that seemed to work for early other previous situations but are not adjusted to the local situation of Spaland.

Till now, Hof van Spaland still embraces the car as the main form of transportation, but design for a spread in mobility use could add to improvement for people living in closer to the mall. At one side the decline in car use and therefore car traffic leads to health benefits for many people living around (Nieuwenhuijsen & Khreis, 2016), but also, focussing on better implementing car infrastructure into the city fabric could create a more friendly environment for other users of the public space with less car related incidents, and more space for other activities. This is in line with the thoughts of Jan Gehl, who advocates to make cities more liveable by focussing on a slower, more human scale (Gehl, 2015). But there are also gains for people that keep using the car, as the promotion of other forms of transportation, often leads to less congestion (Nieuwenhuijsen & Khreis, 2016).

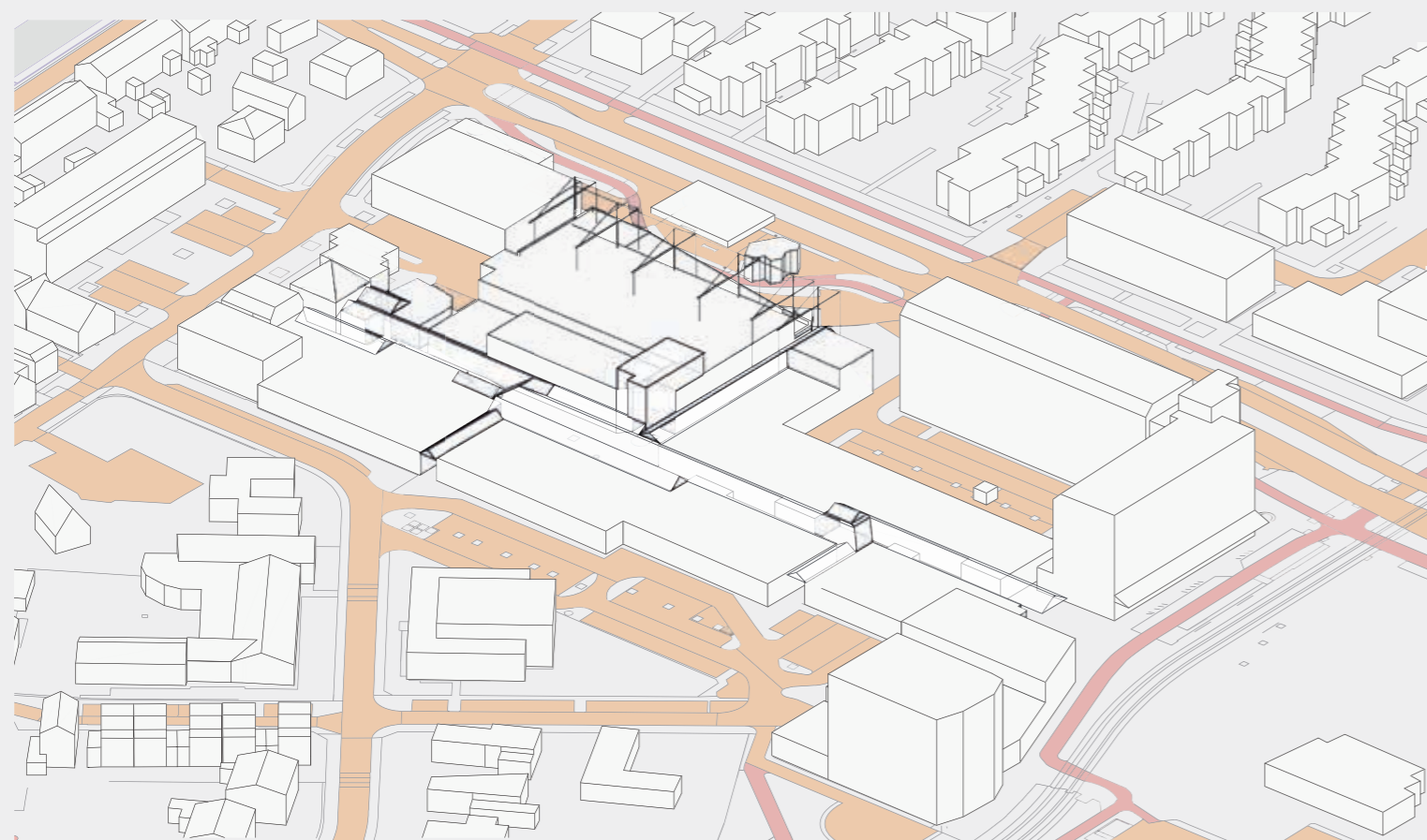
(2007) beschrijft het belang van het goed plaatsen van bevoorradingsdeuren bij winkelcentrumgebouwen zoals rond Hof van Spaland. Zij stelt dat als hier niet goed over wordt nagedacht, voertuigen voor onderhoud en vrachtwagens de openbare ruimte voor voetgangers zullen verstoren. Dit maakt duidelijk dat binnen en buiten sterk met elkaar verweven zijn. Vooral bij openbare gebouwen zoals winkelcentra, stelt ze dat deze twee als een paar moeten worden beschouwd; omdat onjuist ontwerp ongewenste resultaten kan creëren voor de buitenkant (Harteveld & Scott Brown, 2007).

Hoewel auto's een grote rol spelen in de bereikbaarheid, zijn er veel alternatieven rondom Hof van Spaland. Vooral de noordzijde van het winkelcentrum is goed te bereiken met de fiets. Fietsen kunnen gemakkelijk worden gestald bij de ingangen van het winkelcentrum, onder kleinere overkappingen die halverwege de jaren '90 zijn gebouwd, of in de passages aan de noordzijde. Echter, er is een aanzienlijk verschil in fietsgebruik tussen de wijken, want Groennoord is minder fietsvriendelijk dan Tuindorp of Kethel. Daarnaast verbindt een tramhalte aan de westzijde het winkelcentrum met het centrum van Schiedam, Vlaardingen-Holy en de wijken ten noorden van het winkelcentrum. Hoewel het openbaar vervoer overdag relatief goed is, klagen velen over de bereikbaarheid in de avond. De tram rijdt tot 21.00 uur, velen vinden dit niet laat genoeg (bijlage A.3, A.5; Bezoeker, juni 2021).

De tramovergang aan de westkant van het winkelcentrum vinden mensen gevaarlijk. Bezoekers passeren hier veel omdat de overgang de Lidl met het parkeerterrein verbindt. Omdat het pad ernaartoe afloopt, lopen zware winkelwagens het risico op de tramrails terecht te komen als er een tram nadert (bezoeker, mei 2021; Respondent, juni 2021).

Het is duidelijk dat Hof van Spaland nog steeds erg gericht is op autogebruik en dat er minder aandacht uitgaat naar andere vormen van vervoer. Dit leidt ertoe dat het winkelcentrum overspoeld wordt met auto's en wordt omgeven door parkeerplaatsen. Deze parkeerplaatsen zijn vaak maar voor de helft gebruikt, maar in de weekenden staan ze soms helemaal vol. Snel rijdende auto's zorgen ook voor gevaarlijke situaties op kruispunten in de buurt van het winkelcentrum die ook worden gebruikt door fietsers. Het blijkt dat deze automobilitieit gebaseerd is op formules die op andere plekken succesvol leken, maar niet aangepast zijn aan de lokale situatie van Spaland.

Tot op heden omarmt Hof van Spaland nog steeds de auto als belangrijkste vorm van vervoer, maar het stimuleren van andere vervoersmethoden zou kunnen bijdragen aan verbetering voor mensen die dicht bij het winkelcentrum wonen. Aan de ene kant leidt de afname van autogebruik en dus autoverkeer tot gezondheidswinst voor veel omwonenden (Nieuwenhuijsen & Khreis, 2016), maar ook kan het terugbrengen van de hoeveelheid wegen zorgen voor een vriendelijker omgeving voor andere gebruikers van de openbare ruimte: vanwege minder ongelukken, en meer ruimte voor andere activiteiten. Dit is in lijn met de gedachten van Jan Gehl (2015), die ervoor pleit om steden leefbaarder te maken door in te zetten op een tragere, meer menselijke schaal (Gehl, 2015). Maar er is ook winst te behalen voor mensen die de auto blijven gebruiken, omdat het stimuleren van andere vormen van vervoer, vaak leidt tot minder files (Nieuwenhuijsen & Khreis, 2016).



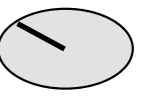
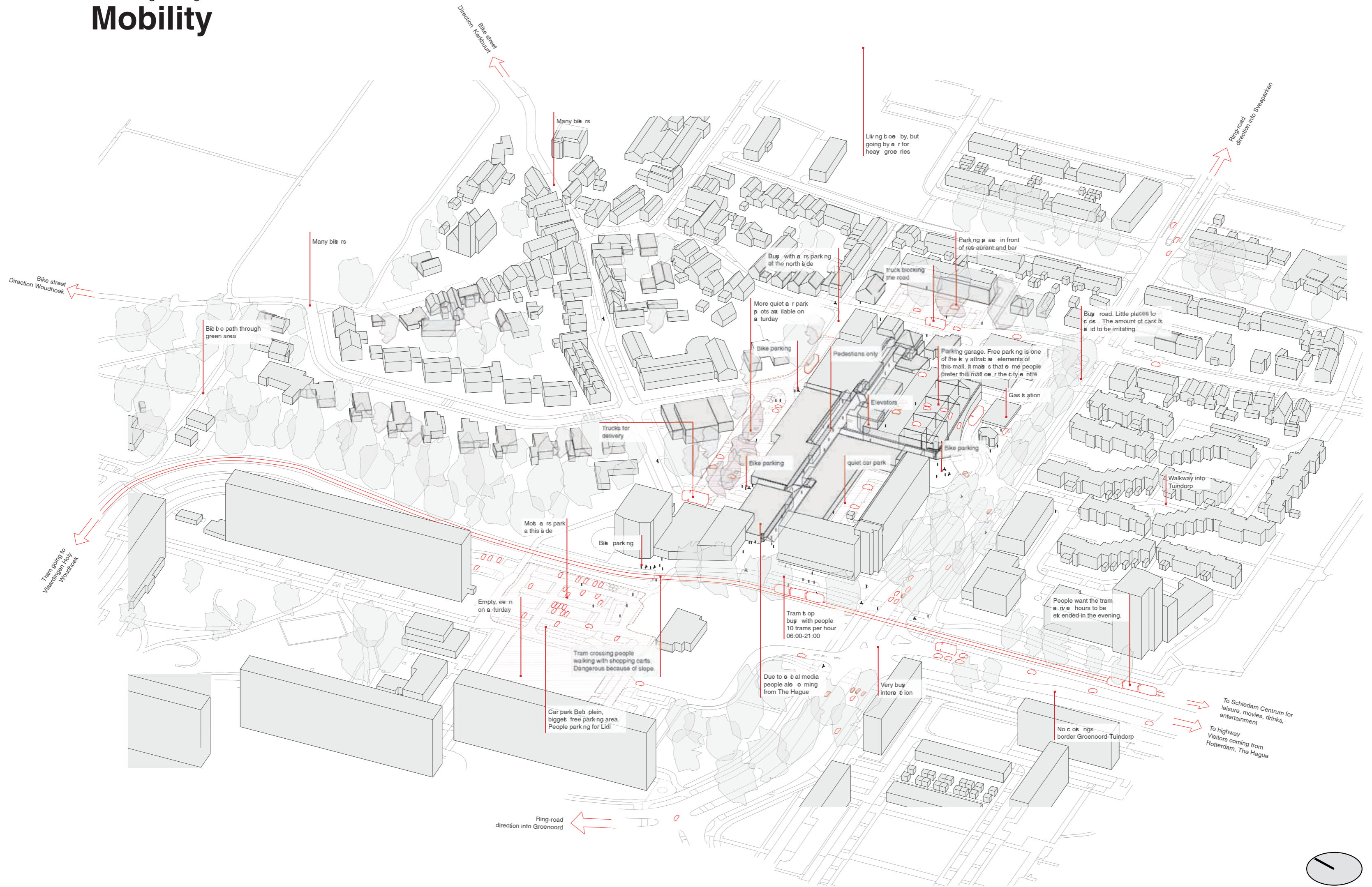
▲ Streets surrounding Hof van Spaland  
Straten rondom Hof van Spaland



- ▲ Transportation flow 1:1500
- Car flows
- Biking flows
- ... Pedestrian flows
- Pedestrian key point
- Bike parking



Functioning relating to  
**Mobility**





# The mall is only for **shopping**

*'I'm heading into Tuindorp. I've just been told that there is an old school building with several artist studios in there, that must move in the near future due plans for transformation of the building into housing. When I approach the building, I see the protest posters hanging on the inside of the window. It is clear that not all inhabitants are happy with the plans of the municipality. Inside, an artist is sanding a metal sculpture. We start talking and he explains how many people on some days just come by for a coffee. They also organize some social events. The bond with the neighbourhood is tight. Where should he move? He doesn't know, probably somewhere even more remote. I ask if Hof van Spaland would be interesting for him, transforming one of the empty stores into a suitable space. He laughs, "it's probably way too expensive". "You know, Schiedam is the city of the missed opportunities" he says. "It is places like this that make the city, but we get pushed to the side." ' (Respondent, April 2021)*

Malls like Hof van Spaland were always limited in diversity of programming, and no meeting spots for inhabitants. The case of the St. Martinusschool is one of the examples of how diversity in programming nowadays disappears from the neighbourhood. Here, inhabitants fight for a renovation instead of a demolition, as the school embodies valuable memories but also the playground would get lost in the redevelopment (Don, 2021). Representatives of the building are fighting for its existence, but inhabitants mention that the municipality is showing little interest including them in the plans (Respondent, April 2021).

The displacement of these art studios is already the second communal gathering that is disappearing from the area. At the west side of Hof van Spaland, on Bachplein, once there was a library in a communal centre: Blauwe Brug. People suspect that the costs of sustaining the building were too high and the numbers of visitors were declining (Shop owner, May 2021). However, this cultural centre and its activities are missed. It organized a flea market at the front facing plaza every Saturday and organized activities for youths. Visitors of the mall often complain about youths hanging around but find it not surprising as there are no programs for them in the neighbourhood. Blauwe Brug was a place where especially the elderly would come together and drink coffee or tea. Nowadays, this function of meeting is partly taken over by the only lunchroom in the mall, but here the atmosphere is different, and things are more expensive. The library did not totally disappear

## **(Het winkelcentrum is alleen om te shoppen)**

*'Ik loop de wijk in. Mij is zojuist verteld dat er in Tuindorp een oude school is waarin kunstenaars zijn gevestigd. De kunstenaars moeten verhuizen omdat de school wordt getransformeerd tot enkele woningen. Het oude schoolgebouw hangt vol met posters met teksten als 'sloop mij niet'. Het is duidelijk dat niet iedereen het eens is met de plannen. Binnen is een kunstenaar een metalen bouwwerk aan het schuren. We beginnen te praten en hij vertelt hoe buurtbewoners hier graag komen voor een praatje en een kopje koffie. Het collectief organiseert soms kleine evenementen voor de buurt. De band met de buurt is oprecht hecht. Waar hij naartoe moet? Hij weet het niet, waarschijnlijk een locatie ergens achteraf. Wanneer ik hem vraag of hij interesse zou hebben om een studio te hebben in Hof van Spaland moet hij lachen, "het is waarschijnlijk veel te duur", "Weet je, Schiedam is de stad van de gemiste kansen." Hij legt het uit: "Het zijn plekken zoals deze die een stad maken, maar wij worden weggedrukt." ' (Gesprek met respondent, april 2021)*

Winkelcentra zoals Hof van Spaland hebben nooit een divers programma gehad, en waren in essentie geen ontmoetingsplaats voor bewoners. De sloop van de St. Martinusschool is een van de voorbeelden van hoe diversiteit in programmering tegenwoordig uit de wijk verdwijnt. Hier vechten bewoners voor een renovatie in plaats van een sloop, omdat de school een waardevolle herinnering. Tevens verdwijnt een groot deel van de speelplaats in de herontwikkeling (Don, 2021). Vertegenwoordigers van het gebouw vechten voor het voortbestaan, maar bewoners melden dat de gemeente weinig interesse toont om hen bij de plannen te betrekken (Respondent, april 2021).

De verplaatsing van deze kunstateliers is al de tweede sociale functie die uit het gebied verdwijnt. Aan de westkant van Hof van Spaland, op het Bachplein, stond tot voor kort een gemeenschapscentrum met bibliotheek: Blauwe Brug. Men vermoedt dat de kosten te hoog waren geworden en dat de bezoekersaantallen terugliepen (Winkelier, mei 2021). Bewoners missen dit cultureel centrum en de activiteiten. Het organiseerde elke zaterdag een rommelmarkt op het voorplein en organiseerde activiteiten voor de jeugd. Bezoekers van het winkelcentrum klagen vaak over de hangjongeren, maar vinden dat er gehangen wordt niet raar omdat er in de buurt niks voor hen te doen is. Blauwe Brug was een plek waar vooral ouderen samenkwamen om koffie of thee te drinken. Tegenwoordig vinden deze ontmoetingen plaats in de enige lunchroom in het winkelcentrum, maar hier is de sfeer anders, en de koffie is duurder. De bibliotheek verdween niet volledig, maar verhuisde een deel van de boeken een paar honderd meter naar een bejaardencentrum naast het grote verkeersknooppunt. Echter, deze bibliotheek is minder open en heeft veel minder boeken dan de oude locatie.



▲  
One of the few seating places in the interior of the mall (Photo: march 2021)  
Een van de weinige zitplaatsen in het interieur.





but moved a few hundred meters into an elderly centre next to the big traffic intersection. This library dependency has fewer opening hours and lesser books than it used to have.

It is noticeable that the mall could only partly take over the functions of Blauwe Brug. Hof van Spaland has primarily one function: Consuming. From the 60 stores in and directly around this centre, 18 are food-oriented stores, 29 sell goods like clothing or phones, 13 are service related, and there is only one café. A more elaborate overview of types can be found on page 19. The map on this page shows that only 17 of these stores can be labelled under 'vital', providing visitors with necessary foods. This is typical for mall programming: the mall became a building that has a monofunction of providing the visitors with goods and/or services, and therefore the function of meeting is not well implemented in the programming. Following the theories of Jan Gehl (2011), good public space often invites people to do various activities, but the public space in the mall mainly serves the function of circulation space. This makes the mall a place for short stay, where not many interactions take place. As we know, interactions are vital for social cohesion, and therefore the mall in its current form does not help in creating a tight and strong community.

The diversity in shops appears to be limited too, with for example 5 bakeries located in the mall. Moreover, three of them are located right next to each other. Hof van Spaland has no public facilities in the mall which is typical for these Modernist buildings. However, malls once were meant as diverse centres with several civic functions included, but often these functions were forgotten, and the design became monofunctional for shopping (Marchi, 2017). A shop owner points out that it is also hard to implement other activities as the rents are very high. The location of one fashion store is for sale, but the chance of other programs here is limited. All stores, except one, are owned by big retail companies, banks or investors (Shop owners, May 2021). They want to get their value out of the property, so they only allow good working concepts into the mall. In this way, the similar functions get maintained.

People say they want bigger fashion stores to move into the mall. It shows how much people value convenience as the need to go to the city centre then disappears completely. However, also more practical things are missed. There is no public toilet in the mall. The only place where people potentially could use the bathroom is the lunchroom, but they don't accept people when they aren't their own customers. The municipality is planning to develop a care centre

at the old location of the Blauwe Brug cultural centre. In this centre several general practitioners, a pharmacy and potential other care facilities that are now spread around in the area could be bundled together. A side effect is that when people come to visit the centre, they potentially also visit the mall. This would increase the number of customers (Respondent, May 2021). The development of this centre is praised by some for its convenience, but also criticized by others as they don't see the real value of it. Moreover, as mentioned earlier, the economic situation of the mall is most likely good, so attracting more customers to consume is not necessary for its existence (Rosian & Pustjens, 2020).

Temporal programs take place in the entrances or on the parking lots. The space inside the mall is not suited or the passages too narrow for deliveries. There is a fruit stand in summer located at the west main entrance and in winter, there is a stand for typical Dutch deep-fried doughnuts (oliebollen). At Bachplein, once a week there are a few market stands. It used to be a bigger market, but it shrunk over time. The parking area at the north side is transformed once a year on Kings-day into a big flea market (see also the image on the next pages). During this time, in summer, the restaurants located at the Schiedamseweg east of the mall open their terraces and the wine store sometimes even hosts barbeques (shop owner, April 2021). However, most people spent leisure time in the parks. Princess Beatrixpark is very spacious and even hosts a restaurant, and closer by, Kethelpark is popular for sporting, and has two playgrounds for children.

The interior of the mall is only for shopping. Public functions that have little economic value, are not presented in the mall, and the interior only functions as circulation, without many valuable interactions. Often missed is the existence of a good Dutch pub (Appendix A; visitor, April 2021). There is only one lunchroom, and the ice cream store is located between busy roads, so not very attractive to sit down. Moreover, it is only opened during summer season. It is likely located here, because the rent for shops inside the mall is much higher (Brussé vastgoed, n.d.). Programs such as restaurants and cafés could help to make the mall a more pleasant place in the evening hours. Due to the high accessibility and the open architecture of the mall, the place can be visited by people 24 hours a day. During closed hours, many shops put down their metal curtains to protect from potential theft. Some people living in the apartment building above the mall complain about the noise and echo loitering youths create when they pass through or hangout in the mall (Appendix A.2; visitor, May 2021). Also heard is that the benches inside of the mall would be ideal for homeless people to sleep (Respondent, July 2021). Although there are no actual signs that this is happening, both evening programming and housing could extend social control in the mall into the evening and potentially night-hours.

Opvallend is dat het winkelcentrum de functies van de Blauwe Brug slecht kon overnemen. Hof van Spaland heeft vooral één functie: winkelen. Van de 60 winkels in en direct rond dit centrum zijn er 18 op voedsel gericht, 29 verkopen goederen als kleding of telefoons, 13 zijn dienstverlenend, en er is slechts één café. Een uitgebreider overzicht van soorten winkels is te vinden op pagina 19. De kaart op deze pagina laat zien dat slechts 17 van deze winkels 'vitaal' kunnen worden genoemd; ze voorzien van noodzakelijke levensmiddelen. Dit is typerend voor de programmering van winkelcentra: het winkelcentrum is een gebouw geworden dat als enige functie heeft de bezoekers te voorzien van goederen en/of diensten, en daardoor is de functie van ontmoeting vaak niet aanwezig. Volgens de theorieën van Jan Gehl (2011) nodigt kwalitatieve openbare ruimte mensen vaak uit om verschillende activiteiten te doen, maar de openbare ruimte in het winkelcentrum heeft vooral de functie van verkeersruimte. Hierdoor is het winkelcentrum een plek voor kort verblijf, waar weinig interacties plaatsvinden. Zoals eerder omschreven, zijn interacties van vitaal belang voor sociale cohesie, en daarom draagt het winkelcentrum in huidige vorm niet bij aan het creëren van een hechte en sterke gemeenschap.

Ook de diversiteit aan winkels is beperkt, met bijvoorbeeld 5 bakkerijen in het winkelcentrum. Bovendien zijn er drie pal naast elkaar. Dat Hof van Spaland geen openbare voorzieningen in het winkelcentrum heeft, is typerend voor deze Modernistische gebouwen. Ooit waren winkelcentra bedoeld als diverse centra waarin verschillende ontmoetingsfuncties waren opgenomen, maar vaak werden deze functies vergeten en werd het ontwerp monofunctioneel voor winkelen (Marchi, 2017). Een winkeleigenaar wijst erop dat het ook moeilijk is om andere activiteiten te ontplooiën, omdat de huren erg hoog zijn. Het pand van één modezaak staat te koop, maar de kans op iets geheel anders is klein. Alle winkels, op één na, zijn eigendom van grote Retail-bedrijven, banken of investeerders (Winkeliers, mei 2021). Zij willen hun waarde uit het pand halen, dus laten ze alleen bekende winkelconcepten toe in het winkelcentrum. Op deze manier blijven de gelijksoortige functies behouden.

Mensen zeggen dat ze willen dat er grotere modewinkels in het winkelcentrum komen. Het laat zien hoeveel waarde mensen hechten aan gemak, want de noodzaak om naar het stadscentrum te gaan verdwijnt dan volledig. Maar ook meer praktische zaken worden gemist. Er is geen openbaar toilet in het winkelcentrum. De enige plek waar mensen eventueel naar het toilet zouden kunnen is de lunchroom, maar daar mogen alleen klanten gebruik van maken.

De gemeente is van plan een zorgcentrum te ontwikkelen op de oude locatie van het cultureel centrum Blauwe Brug. In dit zorgcentrum zouden verschillende huisartsen, een apotheek en eventuele andere zorgvoorzieningen die nu verspreid in de wijk aanwezig zijn, samengevoegd kunnen worden. Men verwacht dat wanneer mensen het zorgcentrum komen bezoeken, zij mogelijk ook naar het winkelcentrum gaan. Hierdoor zou het aantal klanten toenemen (Respondent, mei 2021). De ontwikkeling

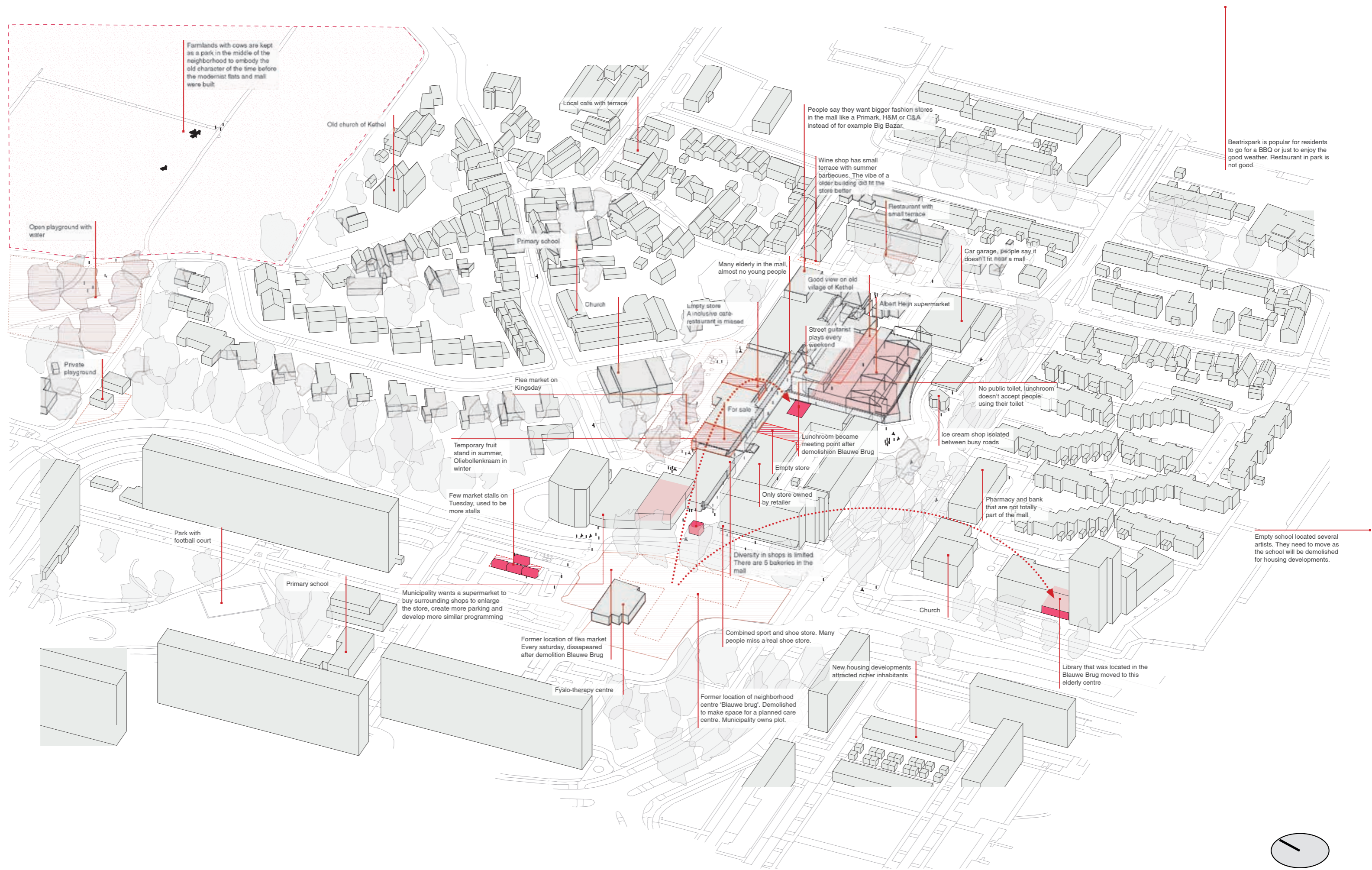
van dit zorgcentrum wordt door sommigen geprezen vanwege het verhoogde gemak dat deze centrale locatie geeft, maar ook bekritiseerd door anderen omdat zij er de echte waarde niet van inzien. Bovendien, zoals eerder vermeld, is de klandizie van het winkelcentrum hoogstwaarschijnlijk goed, waardoor het aantrekken van meer klanten om te consumeren niet noodzakelijk is voor de toekomst van het centrum (Rosian & Pustjens, 2020).

Tijdelijke kraampjes voor verkoop staan vaak bij de ingangen of op de parkeerplaatsen. De ruimte in het winkelcentrum is hier niet geschikt voor. In de zomer staat er een fruitkraam bij de westelijke hoofdingang en in de winter staat hier een oliebolenkraam. Op het Bachplein is het een keer per week markt. Vroeger was het een grotere markt, maar die is in de loop der tijd geslonken. Het parkeerterrein aan de noordzijde wordt één keer per jaar op Koningsdag omgetoverd tot een grote vlooiemarkt (zie ook de afbeelding op de volgende pagina's). 's Zomers openen de terrassen van de restaurants aan de Schiedamseweg ten oosten van het winkelcentrum. Een winkel hier organiseert soms een buurtbarbecue (winkelier, april 2021). De meeste mensen brengen hun vrije tijd echter door in de parken. Het Prinses Beatrixpark is zeer ruim opgezet en heeft een restaurant, en dichterbij is het Kethelpark populair om te sporten, of om te spelen voor kinderen.

Binnen in het winkelcentrum wordt alleen gewinkeld. Publieke functies die weinig economische waarde hebben zijn hier niet te vinden, en het interieur functioneert alleen als loopgang zonder veel waardevolle interacties. Een goede brasserie is iets wat veel bezoekers wel zien zitten (Bijlage A; bezoeker, april 2021). Er is slechts één lunchroom, en de ijswinkel ligt tussen drukke wegen, dus niet erg aantrekkelijk om te gaan zitten. Bovendien is het alleen in het zomerseizoen geopend. Waarschijnlijk zit de winkel op deze locatie, omdat de huur van een winkel binnen in het winkelcentrum veel hoger is (Brussé vastgoed, n.d.). Programmering zoals restaurants en cafés zouden kunnen helpen om het winkelcentrum 's avonds een aangename plek te maken. Doordat het centrum geen hek heeft kan de plek 24 uur per dag door mensen bezocht worden. Tijdens de gesloten uren doen veel winkels hun metalen gordijnen naar beneden ter bescherming tegen mogelijke diefstal omdat de straat toegankelijk blijft. Sommige bewoners van het appartementencomplex boven het winkelcentrum klagen over het lawaai en de echo van hangjongeren als ze door het winkelcentrum lopen of er rondhangen (bijlage A.2; bezoeker, mei 2021). Er werd ook gemeld dat de bankjes in in het winkelcentrum ideaal zouden zijn voor daklozen om te slapen (Respondent, juli 2021). Hoewel er geen daadwerkelijke signalen zijn dat dit gebeurt, zou door het openen van een brasserie of het bouwen van woningen met zicht op de binnenstraat, de sociale controle in het winkelcentrum verbeterd kunnen worden.



Functioning relating to  
**Programming**









# What happens at the back?

*'A man tells me that he lives in the apartment building that was built on top of the mall in the mid 90s. Unlike many of the people I spoke to, he has a strong opinion about the architecture. He states that the expedition streets that are surrounding the mall are the ideal place for loitering youths to gather. Especially in times of the pandemic, when other facilities close, he observed an increase in the nuisance caused by youngsters. They would be loud, causing trouble and leave a lot of trash (visitor, May 2021; Respondent, May 2021). After this conversation, I was curious to see this for myself. At the time I was making pictures and short videos of the mall, and I wanted to catch these people on camera. Every time I went there, I saw groups of youth together, and always at the north side they were doing laughing gas and hanging around a car – or two. I was nervous to film, so I pretended to make pictures of something else, but me sneaking into the dark clearly caught their attention and one of them all approached me. I explained that I was making night shots for my architecture graduation, nothing to worry about. He replied by saying that I had to “fuck off” and not try to film or photograph them. It was the only bad experience I had with loitering youth thus far, but I could really understand that inhabitants do sometimes not feel safe in these streets.'*

Shopping malls like Hof van Spaland all have a similar orientation and architecture. This architecture is the product of a desire for an efficient building where pedestrian and motorized flows are separated (Winter et. al., 1999). By placing the delivery entrances at the outside of the building, goods can be delivered all day, while never interfering with the lively shopping atmosphere inside. As we know, this generates various problems with the public space and use outside of the mall, but the controversy of it, is that this architectural mall concept is the result of opinions of CIAM members as Victor Gruen and Le Corbusier that the pedestrian should roam freely through the space. Moreover, they called it 'the right to the pedestrian', to underline the importance of the pedestrian space (Marchi, 2017). It resulted in a situation where the outside became in big contrast with the lively interior, and it is exactly this outside space that nowadays is the ideal location for unwanted side effects.

The one-sided orientation of Hof van Spaland is exemplary for many malls in the Netherlands. Page 43 shows the typical floorplan of the shops in this mall. Entrances are located at the inside. In Hof van Spaland, this interior street has

a roof, but it's still exterior space with the exterior climate. The passage functions as a typical interior shopping mall, but is designed as a street, with exterior materials, and 24-hour accessibility. Service rooms of the stores are located at the exterior, near the back entrances of the stores. This area also contains a small toilet unit. Big double doors provide easy access for goods to be delivered. Due to this layout, deliveries can also take place during the day without disturbing the functioning of the interior space. However, as Denise Scott brown warned for earlier, due to this it often happens that big trucks are blocking the street in the middle of the day (Winter et al., 1999).

Out of the focus on consuming this orientation seems logical, it makes it fast and easy. But the effects on the inhabitants are quite influential. Especially outside opening hours, the expedition streets and backsides have very little social control, and it seems the ideal spot for loitering youth because of that. These spaces collect broken shopping carts, garbage, and urine. It also seems that nobody feels responsible for these spaces. It cannot be easily observed what backdoor belongs to what store, and these



▲ Employee having a break at the back of the shop (Photo: march 2021)  
*Medewerker houdt pauze aan de achterkant van de winkel.*

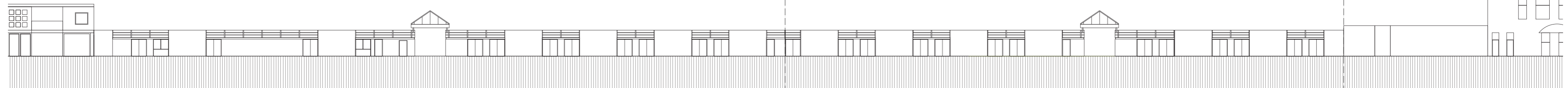
▼ North façade.  
*Noordgevel.*

## (Wat gebeurt er aan de achterkant?)

*'Een man vertelt me dat hij in de woontoren woont die in de jaren negentig aan de westzijde van het winkelcentrum is gebouwd. In tegenstelling tot de meeste mensen die ik sprak heeft hij een sterke mening over de architectuur. Hij stelt dat de achterkanten van het winkelcentrum een ideale hangplaats zijn voor herrieschopende jongeren. Zeker tijdens de pandemie, wanneer de cafés en clubs dicht zijn ziet hij een toename in de overlast door deze hangende jeugd. Hij noemt ze luid en wijst op de rommel die ze achterlaten (Gesprek met bezoeker, mei 2021). Na dit gesprek werd ik nieuwsgierig om dit met eigen ogen te zien. Rond deze tijd maakte ik foto's en video's als observatiemateriaal, en ik wilde deze hangjongeren op beeld proberen te krijgen. Elke keer als ik naar Hof van Spaland ging om beeldmateriaal te maken, kwam ik groepjes jongeren tegen op verschillende plekken. En elke keer was er een groepje jongeren die aan de noordzijde van het centrum lachgas stond te doen in en rondom een auto. Ik vond het spannend ze te filmen, dus deed net of ik foto's aan het maken was van de omgeving, maar mijn gesluip in de nacht trok duidelijk de aandacht. De stoerste van het gezelschap kwam op me af. Ik vertelde hem over mijn afstudeerproject en dat ik alleen maar foto's maakte van het gebouw, niets om je zorgen over te maken. Hij antwoorde dat ik "op moest tyfen", en zeker niet moest proberen hen te fotograferen. Het was tot nu toe de enige slechte ervaring die ik had met hangjongeren, maar ik kon zeker begrijpen dat mensen zich hier soms onveilig voelen.'*

Modernistische winkelcentra zoals Hof van Spaland hebben altijd een vergelijkbare oriëntatie en architectuur. Deze architectuur is het gevolg van de wens om voetgangers- en autoverkeer gescheiden te houden (Winter et. al., 1999). Door bevoorradingsdeuren aan de buitenkant van het gebouw te plaatsen, kunnen goederen de hele dag worden bezorgd, terwijl de levendige winkelsfeer binnen nooit wordt verstoord. Zoals bekend levert dit verschillende problemen op met de openbare ruimte, maar het gekke hieraan is dat dit concept juist het resultaat is van meningen van CIAM-leden als Victor Gruen en Le Corbusier dat de voetganger vrij door de ruimte moest kunnen bewegen. Zij noemen dit 'het recht voor de voetganger', om het belang van de autovrije ruimte te benadrukken (Marchi, 2017). Het resultaat is juist een situatie waarin de buitenruimte in groot contrast komt te staan met het levendige interieur, en juist deze buitenruimte is tegenwoordig de ideale locatie voor ongewenste bijeffecten.

De eenzijdige oriëntatie naar binnen van Hof van Spaland is typisch voor veel winkelcentra in Nederland. Op pagina 43 is de generieke plattegrond van een winkel in dit winkelcentrum te zien. De ruime winkelentrees bevinden zich aan de binnenzijde.



spaces are very anonymous and filled with cars. On the other hand, because of this anonymity, employees can go here for a small break, or to smoke a cigarette, without disturbing the image of the store. It is their resting spot outside the busy interior.

In the original Modernist idea, the expedition streets were separated as much as possible from the pedestrian (interior) areas, to generate a relaxed and safe atmosphere for the visitor. Traces of this are still visible in Hof van Spaland, but because this mall is located in a small suburban Dutch neighbourhood, it functions differently. There is a variety of forms of transportation that provides trips to the mall. Especially at the north side bikers park their bikes near the two small entrances, because these entrances have plenty of bike parking. It's exactly here that the busy interior life and the not-to-be-seen expedition street meet. During daytime, visitors at these locations cross a parking area that is often full of trash. But also surrounding bigger (American) malls, Denise Scott-Brown opposes this idea of separation by stating that on these parking spaces all the modes of transport still mix, and often dangerous situations could still occur (in: Winter et al., 1999).

The nearby apartment flats in the Groenoord neighbourhood adjacent to the mall are also in decay. They are built around the same time as the mall. Similar to the mall, these buildings have main entrances and ground floor backsides with storage entrances, or sometimes nothing at all. These places at the backside of these flats are often collecting trash and showing signs of decay. Inhabitants mention that this neighbourhood is also actually falling to decay, and it is noticeable that only the Modernist parts are affected (Respondent, May 2021). It is often this type of individualistic architecture where the anonymity goes hand in hand with problems of trash and decay (Hillier, 2004). It stands in contrast to the functioning of neighbourhoods of Tuindorp and Kethel. These areas have a traditional street design, which creates more social control because of "eyes on the street". But also in Groenoord, new housing developments focus on the creation of traditional streets. Apart from a feeling of safety, these street layouts also appear to be safer. Hillier (2004) explains: There is a strong correlation between architectural layout and crime, where traditional streets appear to function best and 'Modern' (from Modernist) layouts the worst.

There is a huge contrast between the normally lively interior street of the mall and the backsides of the shops. It appears that the delivery streets surrounding the mall are dirty, unsafe and a source of problems. Due to the lack of social control, youngsters claim this territory during the night. During daytime this totally paved area is full of cars and delivery trucks, but also crossed by bikers and pedestrians. In the redesign a closer look at traditional street design could help in creating a safer backside with more social control, and therefore less nuisance and trash. Moreover, in that situation, the backsides can be the ideal source for qualitative space for the public. At the back, the improvements for social cohesion can be significant.

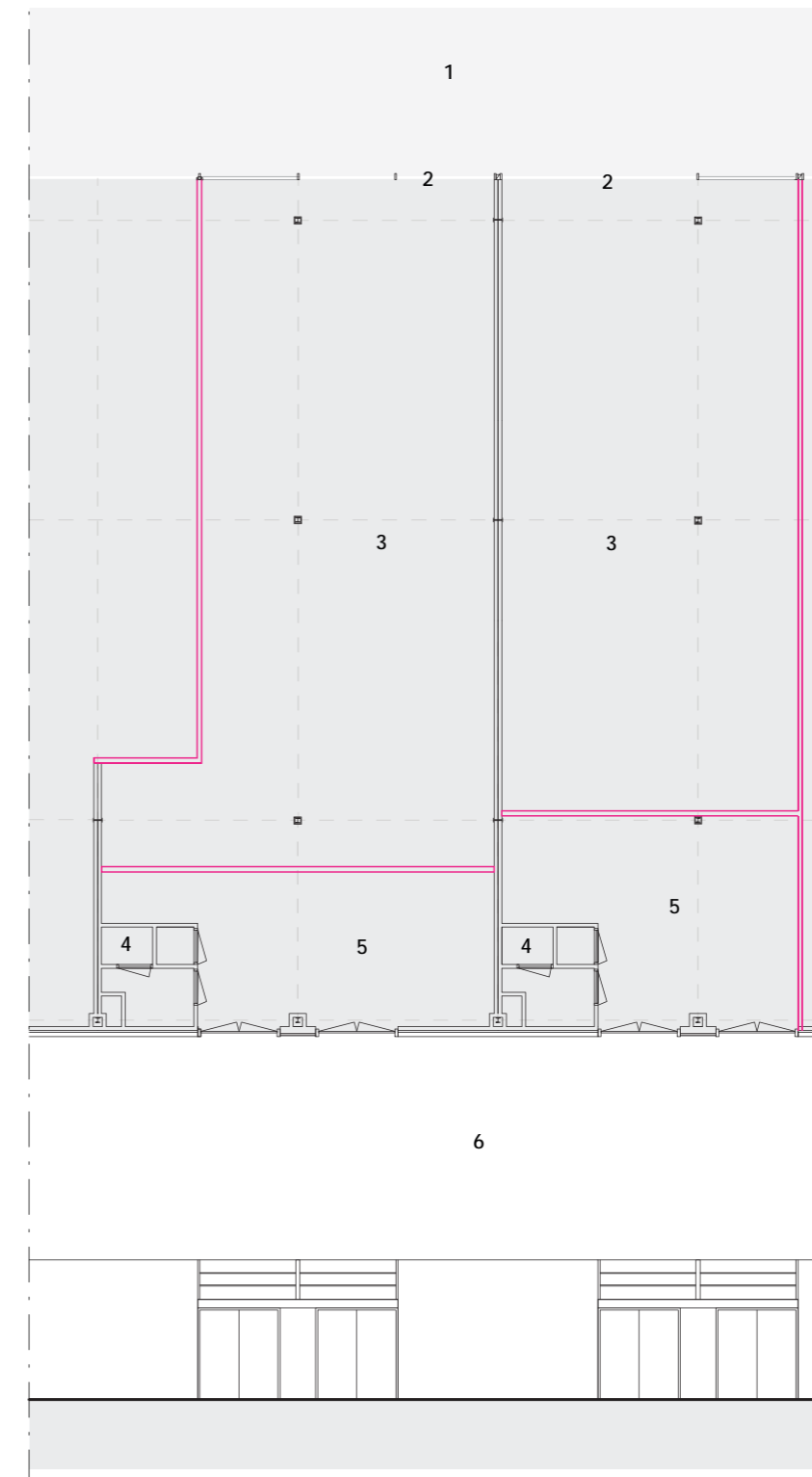
In Hof van Spaland heeft deze binnenstraat een dak, maar het is nog steeds buitenruimte met het buitenklimaat. De passage functioneert als een typisch binnenwinkelcentrum, maar is vormgegeven als een straat, met buitenmaterialen, en is 24 uur per dag toegankelijk. Serviceruimten van de winkels bevinden zich aan achterkant van winkels, tegen de buitengevel. In deze ruimte bevindt zich ook een kleine toiletgroep. Grote dubbele deuren zorgen voor een gemakkelijke levering van spullen. Door deze indeling kunnen leveringen ook overdag plaatsvinden zonder dat het centrum wordt gestroord. Echter, zoals Denise Scott Brown al eerder waarschuwde, maakt dit dat grote vrachtwagens midden op de dag de straat blokkeren (Winter et al., 1999, Observatie mei 2021).

Vanuit de gerichtheid op consumeren lijkt deze oriëntatie logisch, het maakt bevoorrading snel en gemakkelijk, maar de gevolgen voor de bewoners zijn vergaand. Vooral buiten de openingstijden hebben de expeditiestraten (bevoorradingstraten) en achterkanten weinig sociale controle, en het blijken het daardoor een geliefde hangplekken. De achterstraten staan vol met kapotte winkelkarretjes, vuilnis en het stinkt er naar urine. Het lijkt erop dat niemand zich verantwoordelijk voelt voor deze ruimtes. Je ziet niet welke deur naar welke winkel leidt, de openbare ruimtes zijn anoniem en gevuld met auto's. Aan de andere kant, door deze anonimiteit, kunnen werknemers hier terecht voor een kleine pauze, of om een sigaret te roken, zonder het imago van de winkel te verpesten. Overdag is het hun pauzeplek weg van de drukke binnenstraat

In het oorspronkelijke Modernistische idee worden de expeditiestraten zoveel mogelijk gescheiden van de voetgangersgebieden (binnenruimtes) om een ontspannen en veilige sfeer voor de bezoeker te creëren. Dit is een typisch Amerikaans concept, maar Hof van Spaland functioneert anders. Niet alleen de auto wordt gebruikt om naar het winkelcentrum te komen. Vooral aan de noordzijde parkeren fietsers hun fiets bij de twee kleine ingangen, die gevuld zijn met fietsenrekken. Precies hier komen de drukke binnenkant en de niet te missen expeditiestraat bij elkaar. Overdag doorkruisen de bezoekers op deze locaties een parkeerterrein dat vaak vol ligt met afval. Ook bij grotere (Amerikaanse) winkelcentra verwerpt Denise Scott-Brown het idee van scheiding omdat op deze parkeerplaatsen nog steeds verschillende vervoersmogelijkheden (auto's, lopers) met elkaar in aanraking komen, en er dus nog steeds gevaarlijke situaties kunnen ontstaan voor lopers en fietsers (in: Winter et al., 1999).

Ook de nabijgelegen flatgebouwen in de wijk Groenoord, grenzend aan het winkelcentrum zijn in verval. Ze zijn rond dezelfde tijd gebouwd als het winkelcentrum. Net als het winkelcentrum hebben deze gebouwen hoofdingangen en achterzijden op de begane grond met bergingen, of soms helemaal niets. Vooral deze achterkanten zijn plekken met veel afval. Bewoners geven aan dat deze buurt ook in verval raakt, en dat het opvalt dat dit voornamelijk rond de (Modernistische) flats gebeurt (Respondent, mei 2021). Dit wordt vaker gezien: de anonimiteit van deze flats gaat hand in hand met problemen als afval en verval (Hillier, 2004). Het staat in contrast met het functioneren van wijken als Tuindorp en Kethel. Deze wijken hebben traditionele straten, waardoor er meer sociale controle is, vanwege het zicht is op de straat. Ook in Groenoord wordt bij nieuwbouwoontwikkelingen ingezet op het creëren van traditionele straten. Naast een gevoel van veiligheid, blijken deze straatindelingen ook echt veiliger te zijn. Hillier (2004) legt uit: er is een sterke relatie tussen soort architectuur en criminaliteit, waarbij traditionele straten het beste blijken te functioneren en 'Moderne' (van Modernisme) het slechtst.

Er is een groot contrast tussen de normaal gesproken levendige binnenstraat van het winkelcentrum en de achterkanten van de winkels. Het blijkt dat de expeditiestraten rondom het winkelcentrum vies, onveilig en een bron van problemen zijn. Door het gebrek aan sociale controle claimen jongeren dit gebied in de avonden en nacht. Overdag staat dit volledig verharde gebied vol met auto's en bestelwagens, maar wordt ook doorkruist door fietsers en voetgangers. Bij de herinrichting van het winkelcentrum zou gekeken kunnen worden naar het ontwerp van een traditionele straat. Dit zou inzicht kunnen geven in dat de achterkanten veiliger kunnen worden met meer sociale controle, en kunnen leiden tot een afname in overlast en afval. Juist aan de achterkant kunnen de verbeteringen voor de sociale cohesie groot zijn.

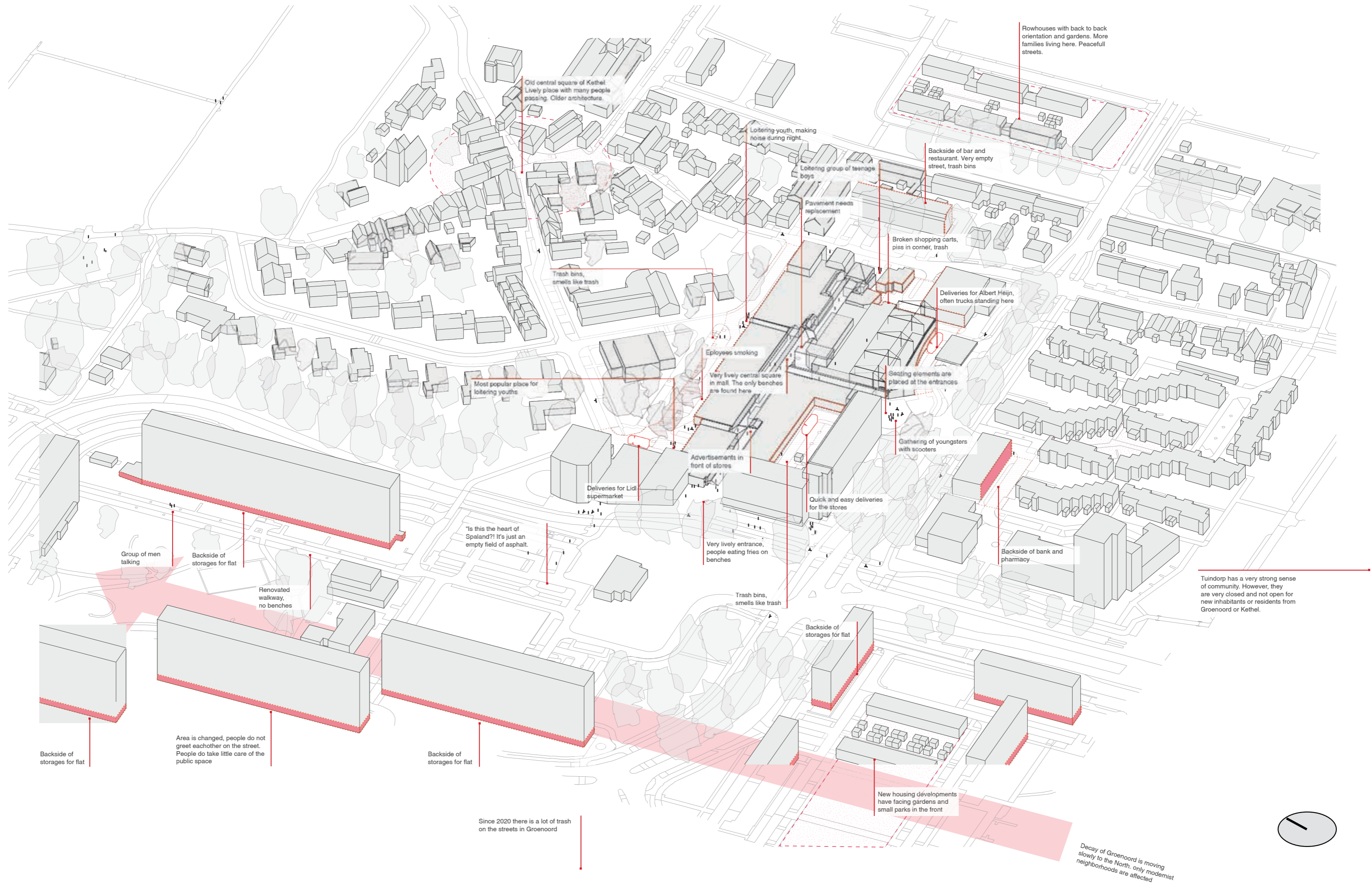


Typical shop layout  
1:200

- Re-arranged walls
- 1 Interior public street
- 2 Entrance
- 3 Shop
- 4 Toilet unit
- 5 Storage
- 6 Exterior expedition street



Functioning relating to  
**Orientation**





# So? How do these *key problems* influence the people?

As mall appear to be economically stable, many malls in the Netherlands get maintained in their current form, although these centres lack in qualitative public space. Municipalities do often realize that these centres deserve extra attention, but added housing often only generates money for an update of the public space but is never fully contributing to it. But public space appears to be vital in the creation of a community with high social cohesion. Such a community is strong, but social cohesion also has a lot of benefits on economics and general personal happiness. However, Hof van Spaland appear to lack in diverse programming and is barely evolving or engaging, and this mall doesn't stand alone: from 1960-1980 almost every city in the Netherlands has built several Modernist neighbourhoods with these typical Modernist malls.

This first part of this book was built around two questions. First it discovered what key problems in planning and design could be identified. Secondly, how these problems influence the public space, people, and neighbourhood. The study combined literature and field research to connect these problems to the daily lives of the inhabitants living in the Spaland area.

Malls are a Modernist concept that became widespread after the second world war. Although these places were often envisioned as community centres with civic space, this slowly faded and got taken over by consumer values. Also driven by functionalism, malls became the ideal place for the consumer. Nowadays, it is more visible than ever that the mall embodies and maintains this mentality, with the municipality mainly focussing on keeping the mall economically stable. This mentality demanded an easy access in a neighbourhood dictated by the car. The mall is made for cars, with the outside surrounded by big roads and parking areas. However, Hof van Spaland is accessible with other forms of transportation, but the domination of the car is evident. Apart from environmental problems, it also separates several communities from each other and creates dangerous and annoying situations. Second, the mall is mainly monofunctional for shopping. Due to high rents, the mall contains almost only stores and no places with high communal value. Community places like Blauwe Brug got demolished and will be replaced with a care centre and housing developments. Temporal programming mainly happens just outside the mall, as the inside is occupied by known concepts that are economically vital, and public facilities are disappearing. The public space in the mall is circulation space and not suited for valuable interactions. Mainly missed in the monofunctional mall is a place where people could come together, for example, a good Dutch pub. With more diverse programming, people could stay longer, but also programming for younger people could lead to an increased diversity in visitors. Lastly, deliveries need to be easy, so the outside of the mall is one big expedition street. Trucks invade the public plazas and create dangerous and irritating situations. During the night these places are ideal for loud youths to hang out as there is no social control. Also due to this lack of control, these backsides are dirty with a lot of trash. This contrasts the layouts of traditional neighbourhoods as Tuindorp or Kethel, that appear to function best in terms of safety and less crime.

## *(Dus? Hoe beïnvloeden deze problemen de buurtbewoners?)*

Omdat wijkwinkelcentra economisch goed lijken te werken, behouden veel winkelcentra in Nederland hun huidige vorm, hoewel ze geen kwalitatieve openbare ruimte bieden. Gemeenten zien vaak wel in dat deze centra extra aandacht verdienen, maar toegevoegde woningbouw levert vaak alleen geld op dat weer in de openbare ruimte kan worden gestoken, maar draagt daar zelf vaak niet aan bij. De openbare ruimte blijkt echter van groot belang te zijn voor het ontstaan van een gemeenschap met een hoge sociale cohesie. Zo'n gemeenschap is prettig voor bewoners, maar sociale cohesie heeft ook veel voordelen voor de economie. Hof van Spaland blijkt niet erg divers en nauwelijks uitdagend of uitnodigend, en dit winkelcentrum staat niet op zichzelf: in de periode 1960-1980 heeft bijna elke stad in Nederland wel een aantal Modernistische wijken gebouwd met deze typische Modernistische winkelcentra.

Het eerste deel van dit boek was opgebouwd rond twee vragen. Eerst werd nagegaan welke sleutelproblemen in planning en ontwerp konden worden geïdentificeerd en daarna, hoe deze problemen de openbare ruimte, de mensen en de buurt beïnvloeden. Het onderzoek combineerde literatuur en veldonderzoek om de uitwerking deze problemen op het dagelijks leven van de bewoners van de wijk Spaland in kaart te brengen.

Wijkwinkelcentra zijn een Modernistisch concept dat na de tweede wereldoorlog populair werd. Hoewel deze plaatsen ooit werden gezien als gemeenschapscentra met ontmoetingsruimte, vervaagde dit idee langzaam en werd het overgenomen door consumentenwaarden. Ook gedreven door functionalisme, werden winkelcentra de ideale plaats voor de consument. Tegenwoordig is deze mentaliteit meer dan ooit zichtbaar omdat de gemeente zich vooral richt op het economisch stabiel houden van het winkelcentrum. Deze mentaliteit vereiste een gemakkelijke toegang naar het centrum in een buurt die gemaakt was voor de auto. Het winkelcentrum is gemaakt voor auto's, met de buitenkant omringd door grote wegen en parkeerplaatsen. Echter, Hof van Spaland is ook bereikbaar op andere manieren, maar aanwezigheid van de auto is overal duidelijk. Afgezien van milieuproblemen, scheiden grote wegen verschillende gemeenschappen van elkaar en ontstaan gevaarlijke en hinderlijke situaties. Ten tweede is het wijkwinkelcentrum enkel om te winkelen. Door de hoge huurprijzen zijn er in het winkelcentrum bijna alleen maar succesvolle winkels te vinden en geen plekken met meerwaarde voor de wijk. Gemeenschapsvoorzieningen zoals de Blauwe Brug zijn gesloopt en zullen worden vervangen door een zorgcentrum en woningbouw. Tijdelijke programmering vindt vooral plaats net buiten het winkelcentrum, omdat de binnenkant hiervoor niet geschikt is. De openbare ruimte in het winkelcentrum is circulatieruimte en is niet gemaakt voor waardevolle interacties. Wat vooral gemist wordt in het centrum is een plek waar mensen samen zouden kunnen komen, bijvoorbeeld een brasserie. Met een divers programma zouden mensen langer kunnen blijven, maar ook functies voor jongere mensen zou kunnen leiden tot een grotere diversiteit aan bezoekers. Ten slotte moeten leveringen gemakkelijk kunnen plaatsvinden, dus de buitenkant van het winkelcentrum is één grote expeditiestraat. Vrachtwagens wurmen zich door de kleine straten en zorgen voor gevaarlijke en hinderlijke situaties. 's Nachts zijn de achterkanten ideaal voor luidruchtige hangjongeren, omdat er dan geen sociale controle is. Mede door dit gebrek aan controle zijn deze achterkanten vies. Daartegenover staat de architectuur van traditionele wijken als Tuindorp of Kethel, die het beste lijken te functioneren op het gebied van veiligheid en verminderde criminaliteit.

Key problem	Current situation to take into account	Potential challenges that need solutions
<b>Car-mobility</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Many people come by car. Even if they live close by.</li> <li>People appreciate free parking near the mall</li> <li>People bike, especially from Spaland and Tuindorp side</li> <li>Free parking makes the mall attractive for people living further away</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tram does not serve the area during night hours</li> <li>Many cars in and around the centre</li> <li>Car park spaces are only used half the time</li> <li>Dangerous traffic situation at Zwaluwlaan</li> <li>Roads do separate different neighbourhoods</li> <li>Free parking is liked, but there is also a pressure on available spaces</li> <li>People like a switch to a greener mobility</li> </ul>
<b>Monofuntion</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Housing developments in groenoord to attract richer inhabitants</li> <li>Location of zeeman for sale</li> <li>Planned care centre at Bachplein</li> <li>From developments at bachplein will be no money left for renovation</li> <li>Only one store is privately owned</li> <li>Street guitarist plays in weekend</li> <li>Flea market on kingsday at Spaland side</li> <li>Few market stalls on Tuesday at Bachplein</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>The mall is privately owned so no-one feels responsible for renovation of the public space</li> <li>Diverse consuming, limited space for other activities</li> <li>People like diverse shopping facilities. There are too many bakeries.</li> <li>Spaland misses a cultural centre, after the blauwe brug demolition.</li> <li>People say they want more stores, bigger brands</li> <li>Many elderlies in the mall, less young people inside</li> <li>Lack of public facilities as a public toilet</li> <li>People miss diverse facilities as a café-restaurant</li> <li>Ice cream shop is at an unpleasant location</li> <li>'Gezelligheid' in the shopping mall is wanted</li> <li>High rent</li> <li>Quality shoe store wanted in mall</li> </ul>
<b>Inside-orientation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Backsides are easy for deliveries</li> <li>Backsides are place for smoking employees</li> <li>Advertisements in front of the stores</li> <li>Lively entrance at bachplein</li> <li>Unlike many other malls, spaland has seating inside and around the mall</li> <li>Many backsides, also at other blocks</li> <li>Groenoord neighborhood is in decay, many flats with dead ground floor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Centre turns back to neighbourhood</li> <li>Inside of mall is totally empty and unpleasant during night</li> <li>Interior is in decay, state of materiality is bad</li> <li>Annoying loitering youth at backsides of mall during night</li> <li>Trash smell, garbage, piss</li> <li>Bachplein is field of pavement in heart of the neighborhood</li> </ul>





◀ Insect garden in front of Lidl supermarket. (Photo: march 2021)  
*Insectenhotel voor de Lidl.*

▼ Temporary fruit stand at the west entrance. (Photo: march 2021)  
*Fruitkraam voor de westingang.*





### A new masterplan for this mall

Due to consumer mentality, the current form of the mall embodies problems with mobility, orientation and programming that directly undermine the public space and therefore indirectly weaken the strength of the community. This chapter aims to show how to improve the strength of the existing community, with a minimized negative impact on the ecosystem. This is done by repositioning mobility, orientation, and programming around Hof van Spaland in a sustainable way to add qualitative public space with the use of local strengths and materials. The result needs to be future proof, meaning contributing to climate adaptation of the area.

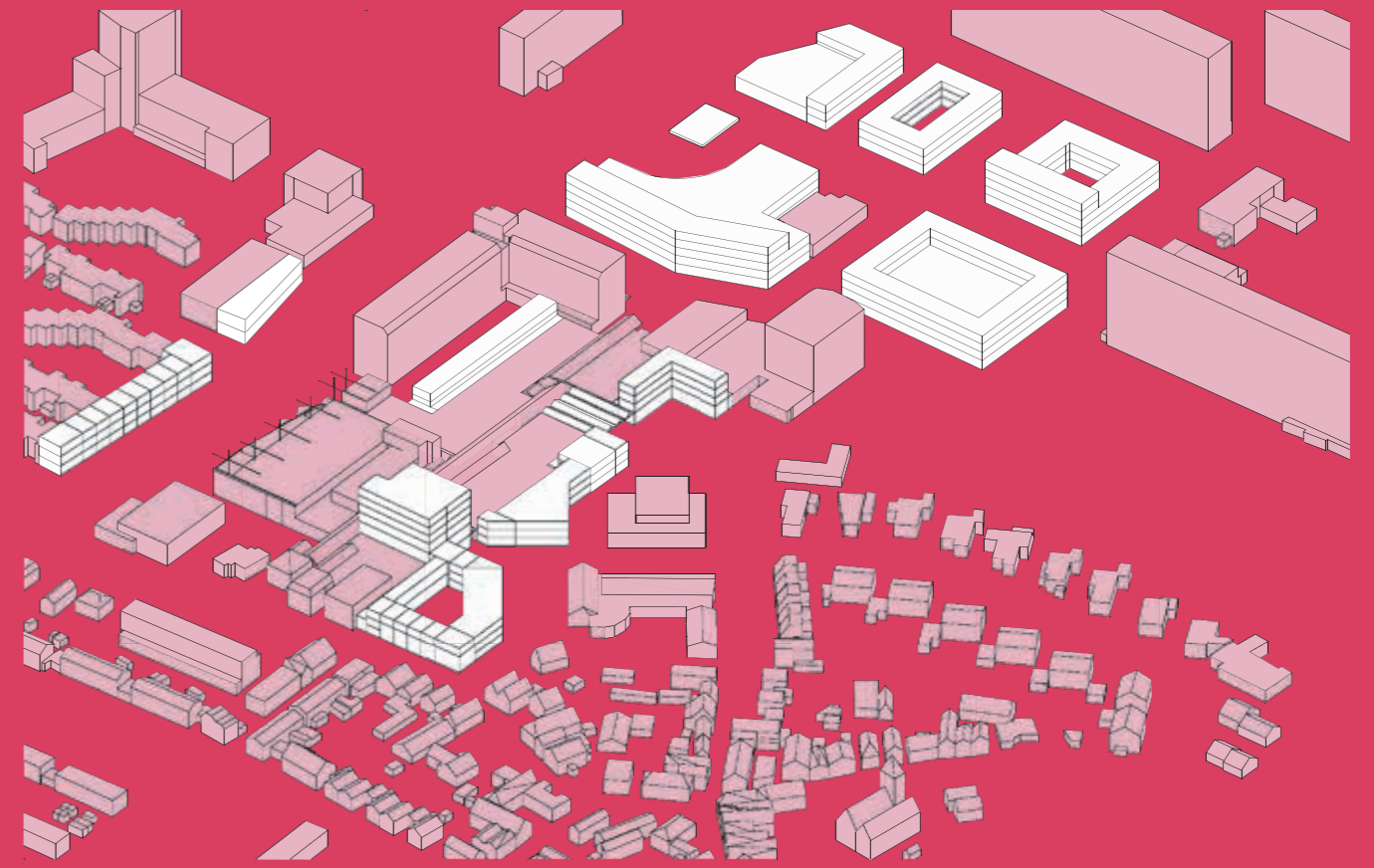
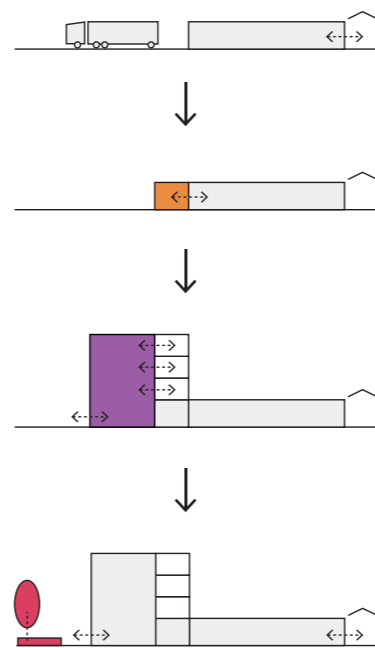
The masterplan first focusses on ways how to improve and build connections in the community. Lessons from the previous chapter include introducing a more diverse range of programmes, focussing on alternative forms of transportation, and transforming the backsides of the mall. These problems all impact the use of the public space so therefore to improve the social cohesion in the Spaland neighbourhood, the masterplan must focus on solving these issues by adding social and meeting space. Furthermore, the masterplan adds communal value to the shopping mall. It explores how different groups and people can meet each other at several locations.

It is seen that normal malls function as one building, with a particular use, opening hours, and cohesive layout. This masterplan shows that with implementation of alternative programming and the transformation of different sites the mall can be function more as a small neighbourhood centre or small village. The goal is to create a buzzing centre, where people meet, different activities take place, and something happens every hour of the day.

To diversify the programming, added housing volumes can help creating a livelier atmosphere in the evening hours. Especially surrounding the backstreets, housing can help in the feeling of safety as the people living here keep an eye on the street. In contrast to conventional apartment buildings that are built on top of malls, the housing that is added functions more as a street. Front doors surround the mall, so the backstreet is transformed into a traditional street. The apartments on top can be reached via multiple routes, including some that cross the mall interior. A higher apartment building is built central of the mall, with the entrance in the mall interior. In this way these houses

directly add something to the diversity of the mall. The houses that are added will mainly be suited for the elderly or will be starter homes. It is these houses that are missing (Respondent, July 2021), so it can be of great value to add these types to the area. Mainly elderly are stuck into their single family homes, and therefore bottleneck a healthy flow in the housing market.

To further diversify the programming, at few small squares are created with new programming. For example, 'Standaertsite' in Ghent shows how the addition of public space and diverse programming brings a neighbourhood together. At the north, a market hall is added that gives a more permanent location for the weekly market at Bachplein (4), as well as the temporary fruit stand or 'oliebollenkraam'. Above this, a small garden and neighbourhood canteen are a resting spot to sit calmly or to meet others. This canteen is the place for a cheap coffee and a chat with fellow neighbours. More to the east, a cultural centre with library brings back the value of Blauwe brug (2). It brings new activities for youth and merges the two smaller libraries. A big foyer on the ground floor can connect the interior of the mall with the exterior square. On this small square, the hay-drying-hut that stood only fifty meters away proudly shows the rich history of Spaland and Kethel. Near the east entrance of the mall, a few shop volumes will be removed. This leaves space for a small square and a more generous entrance (1). The empty store in this small square is an ideal place for a café, that connects to the mall, as well as the other restaurant and café at the Schiedamseweg at the other side. By moving the service garage to the new developments at Bachplein, the building can be inhabited by some artist that were housed in the st. Martinusschool. They have showed their communal value, and it this old



#### Program of Wishes Masterplan

- Add housing: Dwellings need to improve general atmosphere and safety on the street
- Added functions in the mall as a cultural centre, functioning that is not focussed on consuming.
- Parking facilities close to exit roads.
- Inclusive public space that also focusses on future inhabitants of the neighbourhood.
- Addition of restaurants and cafés.
- Central place for market, adjusted to a few market stands.
- Almost car-free roads surrounding the mall. Safety on the street for bikers and pedestrians.
- Solving the problem with the dead interior space of the mall in the evening and night hours.
- Addition of seating space for young and old.
- Move of ice-cream shop to suiting location.

#### (Programma van Wensen Masterplan)

- Woningen toevoegen: toegevoegde woningen moeten het straatbeeld levendiger en veiliger maken.
- Extra voorzieningen in het centrum waaronder een cultureel centrum, die niet gericht zijn op consumeren
- Parkeervoorzieningen centraal dicht bij uitvalswegen
- Inclusieve openbare ruimte die zich ook richt op toekomstige bewoners van het gebied
- Toevoegen van Horecavoorzieningen
- Centrale plek voor marktvoorzieningen, aangepast voor een kleinere markt
- Autoluwe kleine wegen rondom het centrum. Veiligheid op straat voor fietsers en wandelaars.
- Oplossen dode ruimte interieur winkelcentrum in avond en nacht.
- Meer zitvoorzieningen voor jong en oud
- Verplaatsen ijswinkel naar geschikte locatie

#### (Een nieuw masterplan voor dit winkelcentrum)

Het winkelcentrum heeft in zijn huidige vorm door het centraal stellen van consumenten problemen met mobiliteit, oriëntatie en programmering die goede publieke ruimte in de weg staan en daarmee indirect de kracht van de gemeenschap verzwakken. Dit hoofdstuk wil laten zien hoe de kracht van de bestaande gemeenschap verbeterd kan worden, met een minimale negatieve impact op het milieu. Dit wordt gedaan door de mobiliteit, oriëntatie en het programma rond en in Hof van Spaland op een duurzame manier te herontwerpen en daarmee goede openbare ruimte toe te voegen. Dit alles met nadruk op het gebruik van lokale bronnen en materialen. Het resultaat moet toekomstbestendig zijn, zodat het bijdraagt aan de klimaatadaptatie van het gebied.

Het masterplan focust eerst op hoe verbindingen in de gemeenschap verbeterd kunnen worden. Het onderzoek bracht onder andere naar voren dat een diverse programmering gewenst is, dat er gefocust moet worden op alternatieve vormen van transport, en de achterkanten van het winkelcentrum levendiger moeten worden. Deze ingrepen hebben allemaal invloed op het gebruik van de openbare ruimte, dus om de sociale cohesie in de wijk Spaland te verbeteren, moet het masterplan zich richten op het oplossen van de problemen die hier spelen. Bovendien voegt het masterplan gemeenschappelijke waarde toe aan het winkelcentrum. Het laat zien hoe verschillende groepen en mensen elkaar kunnen ontmoeten op verschillende locaties.

Normale winkelcentra functioneren als één gebouw, met een bepaald gebruik, openingstijden, en een samenhangende indeling. Dit masterplan laat zien dat met de implementatie van een alternatieve programmering en de transformatie van verschillende locaties het winkelcentrum meer kan functioneren als een klein dorpscentrum. Het doel is om een bruisend centrum te creëren, waar mensen elkaar ontmoeten, verschillende activiteiten plaatsvinden, en elk uur van de dag iets anders gebeurt.

Om het programma meer divers te maken, kunnen extra woonvolumes helpen om in de avonden een levendigere sfeer te genereren. Vooral rond de achterstraten kunnen woningen bijdragen aan het gevoel van veiligheid, aangezien deze bewoners een oogje in het zeil houden. In tegenstelling tot conventionele appartementsgebouwen die bovenop winkelcentra worden gebouwd, functioneren de toegevoegde woningen meer als een straat. Voordeuren omringen het winkelcentrum, zodat de achterstraat wordt omgevormd tot een traditionele straat. De appartementen bovenop kunnen worden bereikt via verschillende routes, waaronder enkele entrees centraal in het winkelcentrum. Een hoger appartementengebouw is centraal in het winkelcentrum geplaatst, met de ingang centraal in het interieur van het winkelcentrum. Op deze manier voegen deze



garage, with generous doors, the relationship with the people can only become stronger.

To weave the centre into the neighbourhood grid, the masterplan redesigns many roads surrounding the mall. When we look at St. Kjelds Square in Copenhagen, we see that removing space for cars could leave space for green, a park and places to stay. At the transformed backside streets, the added housing could collide with the backdoors used for deliveries. Therefore a delivery-hallway is added. This tucks-away the backside into an organized delivery system. Trucks can park near a central delivery door, located carefully near bigger streets. This means that the rest of the streets can be (nearly) car free, with plenty of space for pedestrians and cyclists. This transformation can be compared to the transformation of Park Hill. New programming at the ground floor level transformed this dead area into a lively communal space.

The Zwaluwlaan is redesigned. Nowadays, this street has little spaces to cross and a very wide street layout. This layout is made smaller, and houses at one side are added. The gas station will be moved towards Bachplein together with the garage. These functions will now be located near bigger streets and parking. The Zwaluwlaan will be a calmer street that functions less as a barrier.

Bachplein is transformed into a small neighbourhood. It is located near the biggest intersection in the area, and therefore a suitable place for some bigger multi-level parking garages. These will replace the removed parking at the former expedition streets. Apartments will be build in front and on top, and also the planned care centre could be implemented at the planned site. This small neighbourhood will transform Bachplein into a connection between Groenord and the mall.

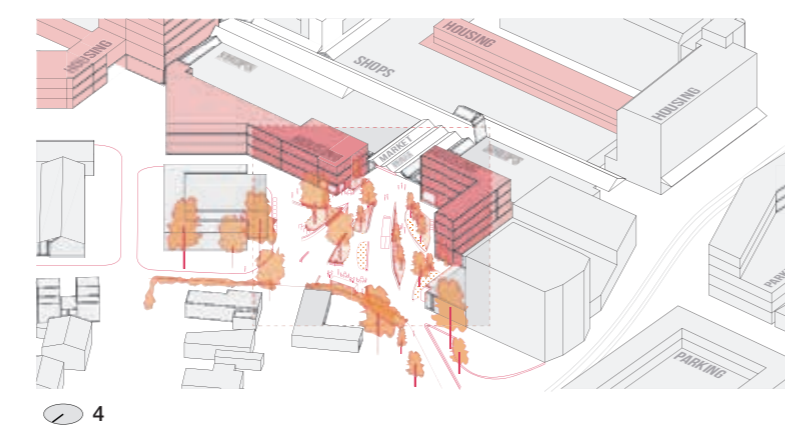
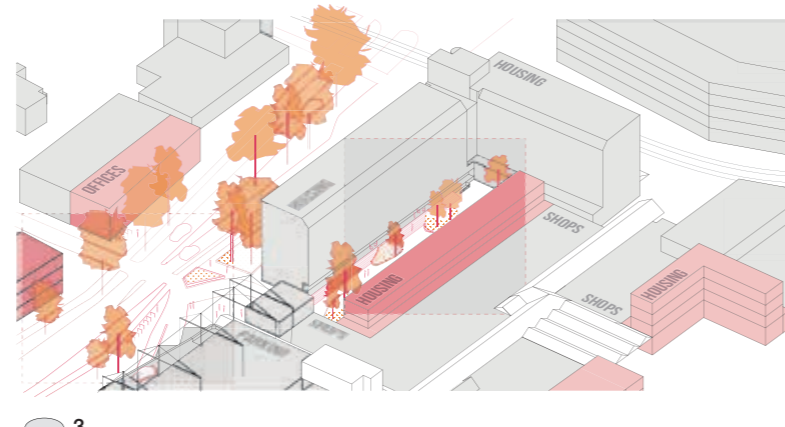
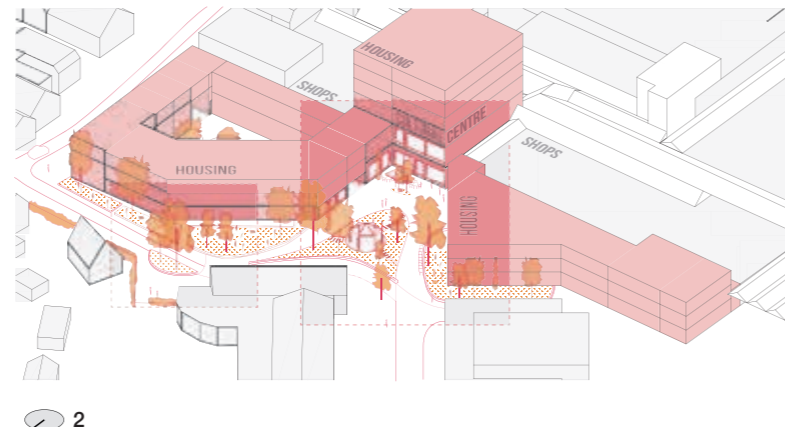
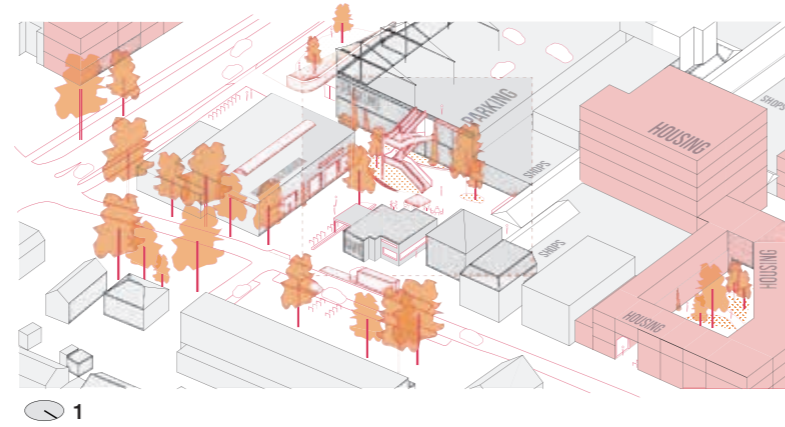
Although the open character of the mall creates problems with loitering youth in the evening hours, new housing volumes and programming could help in taming it. However, places where no programming is added could benefit from a fence that closes the area from the street, and this is also wanted (Shop owner, May 2021; Respondent, July 2021). The masterplan places a fence at entrances of the western part of the mall, because this part has more hidden corners and is less open than the other side. Moreover, here no (evening) programming is added.

A short list of the key points of the masterplan can be found on page 51.

woningen direct iets toe aan de diversiteit en levendigheid van het winkelcentrum. De woningen die worden toegevoegd zullen vooral geschikt zijn voor ouderen of als starterswoningen. Juist deze woningen ontbreken (Respondent, juli 2021), dus het kan van grote waarde zijn om deze typen toe te voegen aan het gebied. Voornamelijk ouderen zitten vast in hun eengezinswoningen en verhinderen daardoor een gezonde doorstroming op de woningmarkt.

Om het programma meer divers te maken, worden op enkele kleine pleinen nieuwe functies toegevoegd. Zo dient het ontwerp van de 'Standaertsite' in Gent als voorbeeld van hoe toevoeging van openbare ruimte en diverse programmering een buurt kan samenbrengen. In het noorden wordt een markthal toegevoegd die een meer permanente locatie geeft aan de wekelijkse markt op het Bachplein (4), evenals de zomerse fruitkraam en de oliebollenkraam. Daarboven zijn een kleine tuin en buurtkantine een rustpunt om rustig te zitten of om anderen te ontmoeten uit de drukte van het centrum. Deze kantine is de plek voor een betaalbare koffie en een praatje met buurtgenoten. Meer naar het oosten brengt een cultureel centrum met bibliotheek de waarde van Blauwe brug terug (2). Het brengt nieuwe activiteiten voor de jeugd en voegt de twee kleinere buurtbibliotheken samen. Een grote foyer op de begane grond kan het interieur van het winkelcentrum verbinden met het buitenplein aan de achterkant. Een oude hooischaar, die slechts vijftig meter verderop stond, wordt hier naartoe verhuist als herkenbaar dorpsselement. Bij de oostelijke entree van het winkelcentrum worden enkele winkels gesloopt. Hierdoor ontstaat ruimte voor een klein plein en een ruimere entree (1). Het leegstaande winkelpand aan dit pleintje is een ideale plek voor een café, dat aansluit op het winkelcentrum, maar ook op het andere restaurant en café aan de Schiedamseweg aan de overkant. Door de verplaatsing van de autogarage naar de nieuwe ontwikkelingen aan het Bachplein kan het gebouw plaats bieden aan enkele kunstenaars die in de St. Martinusschool gehuisvest waren. Zij hebben hun waarde voor de buurt al laten zien en in deze oude garage, met grote garagedeuren, kan de relatie met de mensen alleen maar sterker worden.

Om het centrum beter met de wijk te verbinden, worden de wegen rond het winkelcentrum heringericht. Als we kijken naar het St. Kjelds Plein in Copenhagen, zien we dat het weghalen van ruimte voor auto's ruimte overlaat voor groen, een park en plekken om te verblijven. De woningen aan de getransformeerde achterstraten zouden botsen met de achterdeuren die gebruikt worden voor leveringen. Daarom is er een expeditie-gang toegevoegd. Hierdoor wordt de bevoorrading weggewerkt in een



▲ Different examples of squares connecting the backside of Hof van Spaland to the street and neighbourhood. Locations: see numbers on the map on page 55. *Verskillende manieren van pleintjes die de achterkant van Hof van Spaland aanhechten aan de buurt. Locaties: zie de nummers op de kaart op pagina 55.*



▲ Transformed ground floor at Park Hill. (Elmer, 2022) *Aangepaste begane grond.*

▶ Old situation Park Hill. (Dobraszczyk, n.d.) *Oude situatie Park Hill.*



▶ Public building at Standaertsite. (De Architect, 2019) *Publiek gebouw op de Standaertsite.*

▼ Standaertsite, Ghent. (De Architect, 2019) *Standaertsite, Gent.*



## Park Hill renovation, Sheffield

When the municipality of Sheffield announced plans to demolish the old complex of Park Hill, riots started. The marginalized inhabitants didn't want to move. In the end, the protesters won, and the plans were changed. The building is iconic, as it is one of the first examples of post-war expansion in the United Kingdom and also one of the first with 'streets in the sky'. One of the focus points of this renovation, was to take away the anonymity of the complex. On the streets in the sky, windows were added to improve passive surveillance on the hallway. On the ground floor, additional programming and shared facilities create a relationship with the direct surroundings and provide it with more safety. (Elmer, 2022)

Toen de gemeente Sheffield plannen aankondigde om het oude complex Park Hill te slopen, braken er rellen uit. De achtergestelde bewoners wilden niet verhuizen. Uiteindelijk wonnen de demonstranten, en werden de plannen gewijzigd. Het gebouw is iconisch, want het is een van de eerste voorbeelden van een naoorlogse wijk in het Verenigd Koninkrijk en ook een van de eerste met zogenoemde 'luchtstraten'. Een van de aandachtspunten van deze renovatie, was de anonimiteit in het complex aan te pakken. Aan de luchtstraten werden ramen toegevoegd om het zicht op de gang te verbeteren. Op de begane grond zijn ruimtes en gedeelde voorzieningen toegevoegd met voordeuren en ingangen aan de straat om te zorgen voor meer veiligheid. (Elmer, 2022)

## Standaertsite, Ghent

The municipality of Ghent has long been searching for a long time for ways how to add public space in the heart of the neighbourhood were sold, the city took the opportunity to merge the sites together and transform them into a meeting space and park. A neighbourhood initiative had one wish: to have a position in the discussion on how to design the site. They made one thing very important: the site needed to become a meeting space for the people of the neighbourhood. The amount of public space and number of facilities in the area were limited, so it was pointed out that there was a need for qualitative places to meet, in the interior and exterior. The site is now versatile, with designed places that can host small markets, concerts, gatherings, and even small parties. (De Architect, 2019)

De gemeente Gent was al langere tijd op zoek naar manieren om openbare ruimte toe te voegen aan de wijk Lederberg. Toen enkele winkels in het hart van de wijk werden verkocht, greep de gemeente de kans om de terreinen samen te voegen en om te vormen tot een ontmoetingsruimte en park. Een buurtinitiatief had één wens: een stem hebben in de discussie over de inrichting van het terrein. Ze stelden een ding voorop: het parkje moest een ontmoetingsruimte worden voor de mensen uit de buurt. De hoeveelheid openbare ruimte en het aantal voorzieningen in de wijk waren beperkt, was er behoefte aan kwalitatieve ontmoetingsplekken, zowel binnen als buiten. De plek is nu veelzijdig, met ontworpen ruimtes voor kleine markten, concerten, bijeenkomsten en zelfs kleine feestjes. (De Architect, 2019)



georganiseerd bezorgsysteem. Vrachtwagens kunnen parkeren bij bereikbaar geplaatste achterdeuren. Dit genereert dat de rest van de straten (bijna) autovrij kunnen zijn met veel ruimte voor voetgangers en fietsers. Deze transformatie is te vergelijken met de transformatie van Park Hill. Nieuwe programmering op de begane grond transformeerde dit dode gebied tot een levendige gemeenschappelijke ruimte.

De Zwaluwlaan wordt heringericht. De huidige straat heeft weinig oversteekplaatsen en is zeer breed. Het straatprofiel wordt smaller, en er worden huizen aan één kant toegevoegd. Het benzinstation wordt samen met de garage verplaatst naar het Bachplein. Autofuncties zijn dan verplaatst naar dichtbij grotere straten en parkeerplaatsen. De Zwaluwlaan wordt een rustigere straat die minder een grens is tussen tuindorp en Hof van Spaland.

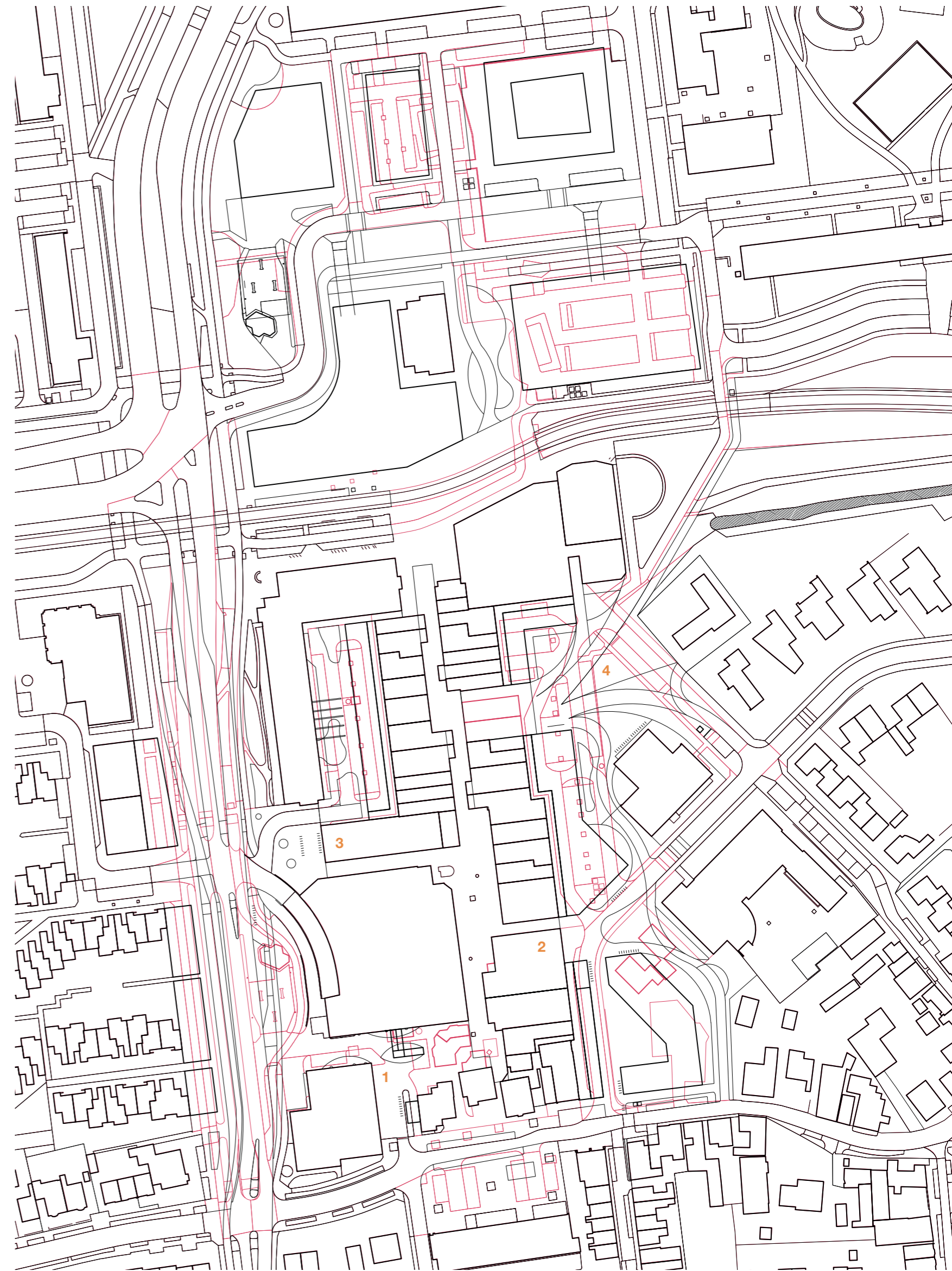
De leegte van het Bachplein wordt omgevormd tot een kleine wijk. Het ligt vlak bij het grootste verkeerskruispunt in het gebied, en is daarom een geschikte plek voor een aantal grotere parkeergarages met meerdere

verdiepingen. Deze zullen de verwijderde parkeerterreinen rondom het centrum vervangen. Aan de zijde van het winkelcentrum en bovenop zullen appartementen worden gebouwd, en ook het geplande zorgcentrum zou op de geplande locatie kunnen worden gerealiseerd. Deze kleine wijk zal het Bachplein transformeren tot een verbinding tussen Groen Noord en het winkelcentrum.

Omdat het open karakter van het winkelcentrum in de avonden problemen oplevert met hangjongeren, kunnen nieuwe woonvolumes en programmering helpen om deze overlast in te perken. Het deel van het centrum dat niet geschikt is voor andere programmering wordt afgesloten met een hek, omdat ook winkeliers dit graag willen (Winkelier, mei 2021; Respondent, juli 2021). Het masterplan plaatst een hek bij entrees van het westelijke deel van het winkelcentrum, omdat dit deel meer verborgen hoeken heeft en minder open is dan de andere kant. Bovendien wordt hier geen (avond)programmering toegevoegd.

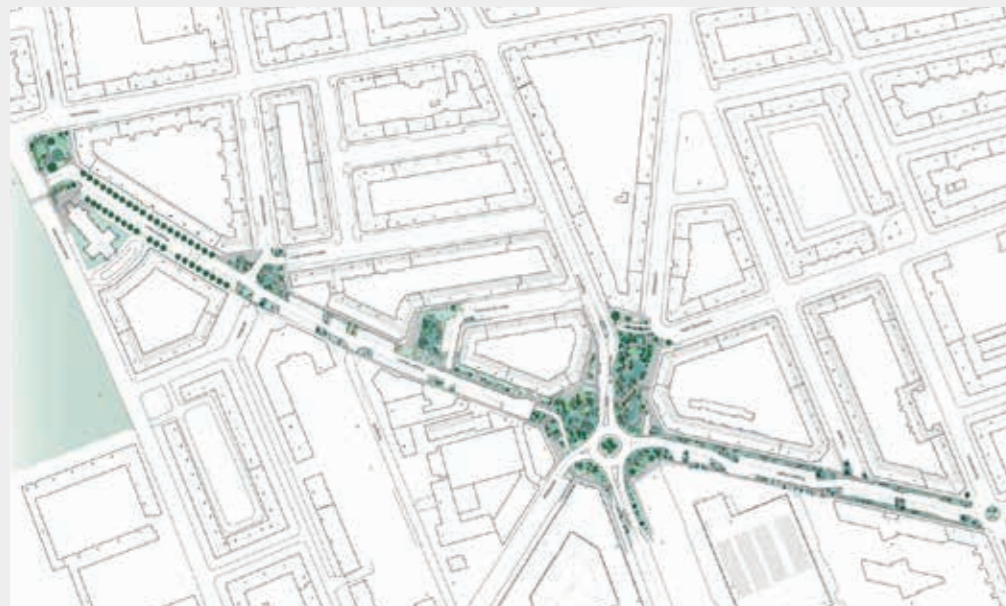
Een korte opsomming van de veranderingen in het masterplan is te vinden op pagina 51.

► Masterplan (black lines) layed over the current situation (red lines). Numbers correspond with locations of the plaza's on page 53. Masterplan (zwarte lijnen) over de huidige situatie (rode lijnen). Nummers in oranje zijn de locaties van de pleintjes van pagina 53.



▲ Photo of the result of the redesign. (Wang, 2020)  
Foto van het uitgevoerde herontwerp.

▼ Plan of the redesign. (Wang, 2020)  
Plattegrond van het herontwerp.



### Sankt Kjelds Square and Bryggevangen, Copenhagen Sint Kjelds Plein en Bryggevangen, Kopenhagen

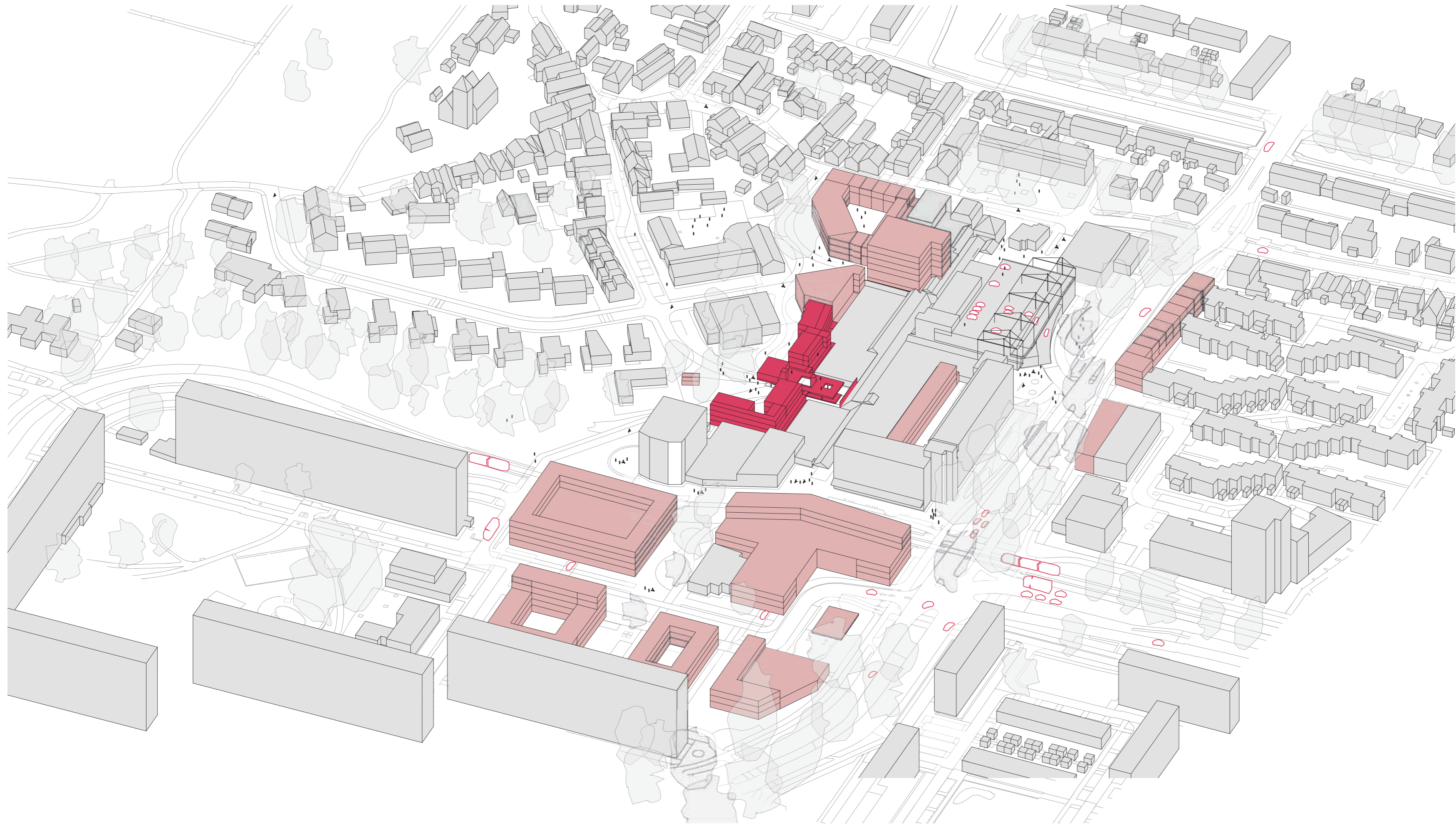
Although this project was mainly focussed on climate adaptation, the removal and partly transformation of a heavy traffic intersection also gave space for social activities. This part of the city of Copenhagen was in need of more green social space, but also the vast amount of paved area could put pressure on the sewage system in the future. The site provides qualities to the people living in the cities, such as opportunities to enjoy nature, but also contributes to climate adaptation. It has benches, small fields and pathways and fruit trees for children to climb in. The design focusses on slower traffic, biodiversity and greenery. By doing this, it should give increased living quality for the inhabitants of this part of the city. (Wang, 2020)

Hoewel dit project vooral gericht was op klimaatadaptatie, gaf de verwijdering en gedeeltelijke transformatie van een druk kruispunt ook ruimte voor sociale activiteiten. Dit deel van Kopenhagen had behoefte aan meer groene ontmoetingsplaatsen en de grote hoeveelheid verharding zou in de toekomst kunnen leiden tot wateroverlast. Het park biedt de stadsbewoners nu kwaliteiten en beschermt tegen heftige weersomstandigheden. Ook de natuur kan worden verken. Er zijn bankjes, kleine veldjes en paden en fruitbomen waar kinderen in kunnen klimmen. Het ontwerp is gericht op langzamer verkeer, biodiversiteit en groen. Hierdoor moet het een betere leefbaarheid geven voor de bewoners van dit deel van de stad. (Wang, 2020)











# A market hall and a neighbourhood canteen

The masterplan introduced how the mall of Hof van Spaland can be transformed into a self-organizing and caring community. This chapter shows the design of a market hall and a neighbourhood canteen at the north side of the mall, surrounded by a plaza and public space. Not only will this design show how to address communal value and improve social cohesion, it also shows how to use local harvested materials and how to be future proof. Logically, when designing for the local community, this is done with local available materials and the building will be using local resources.

The market hall is designed on the site where nowadays the store of Zeeman is located. This location is ideal for bridging the interior of the mall with the exterior of the neighbourhood and old Kethel. The intervention will function as a gate, making a big opening that connects the public square that will arise on the parking lot with the lively interior of the inner mall street. The market hall and the public space surrounding it will answer to the demands for qualitative public space. It will be a place where many people will come together as many paths and flows of people intersect here. The market hall gives a more permanent space for temporary programs as the fruit stand, the 'oliebollenkraam', and of course, the weekly market from Bachplein. This market needed a new location, as the big parking lots from bachplein are transformed into multi-level parking garages. Not only is the market hall suited for the market stands, but it can also host many other different activities: performances, flea-markets, small concerts, or movie viewings. The ground floor is flexible and inviting to be used in many ways.

Two alleys at both side of a big stage can host the market. The market stands can connect to the sides of the stage volume for electricity or water. The table-height stage volume in the middle can be used as extra storage at the back of the stand. Also, a small van – or two can be parked on the volume. Small stairs, with benches connect the street level to the stage level. At most times, when there is no market or any activities, the edge of the volume invites people to sit down.

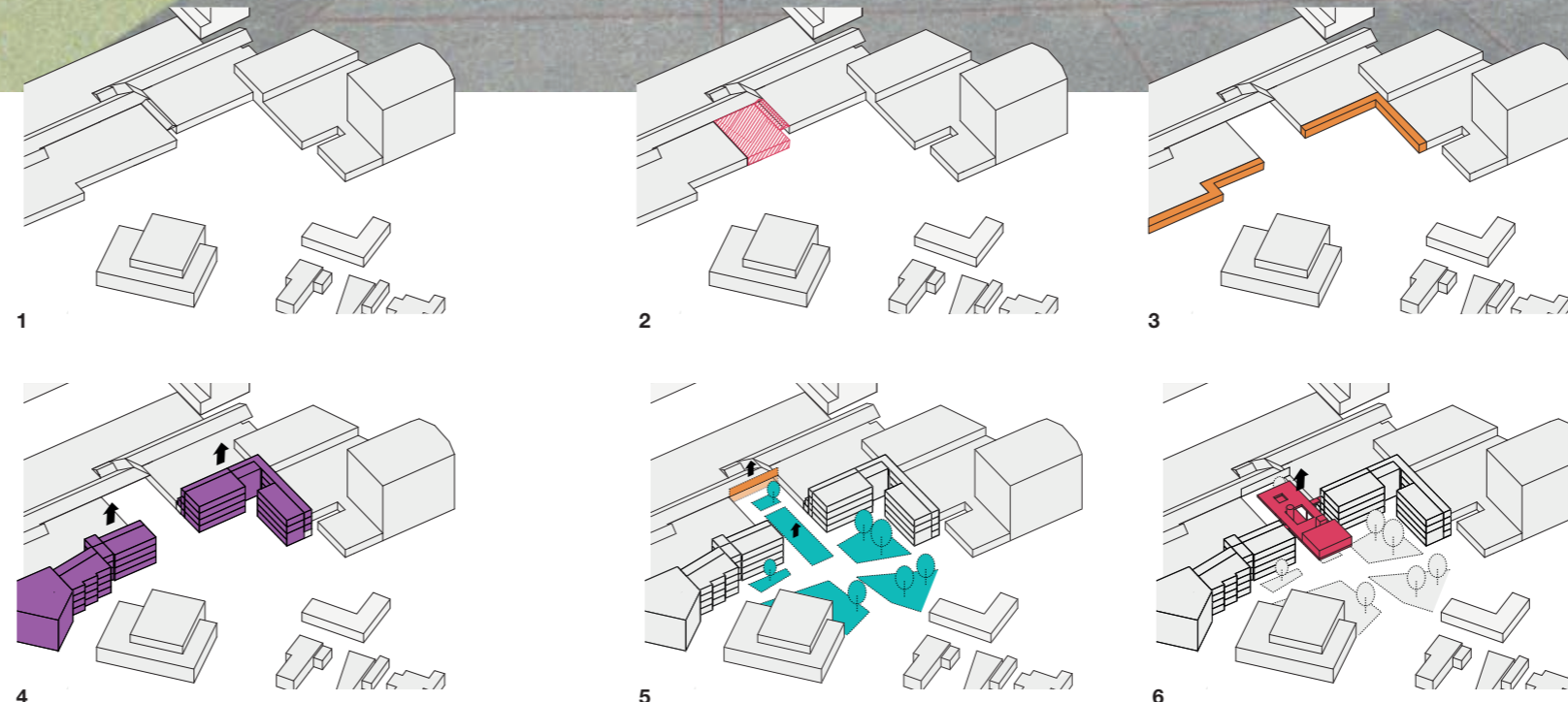
Curtains can be used as flexible walls dividing the space under the roof. Generous stage lighting makes the market hall a bright space in the evening, but also during the day, these flexible lights can be used to light up various activities. The lights can be used to light up a performance, concert, or of course, the goods of a market stand. The acoustic open ceiling tempers the sound, to make the space feel intimate, but also avoids noise from potential loitering youths that may use the space in the evening hours. This ceiling makes sure that the neighbours of the market hall will have as little nuisance from these youngsters as possible.

A re-used emergency stairs and an elevator connect to the first-floor garden and terrace. This garden is during daytime accessible for all visitors of the mall,

but as it connects to the galleries of the housing surrounding the market hall, this space is probably mainly used by the direct neighbours. As these people use the space frequently, they probably also take a bit extra care of the space. This first-floor contains circulation, a small communal garden, and a neighbourhood canteen with terrace. The canteen visually connects to the public plaza in front of the market hall. This neighbourhood canteen has a generous flexible space, with bar and kitchen, but also a meeting room where smaller groups can do activities in more private setting. The main room is mainly used during daytime to meet and drink a cup of coffee, but can also be used by, for example, a bridge club to organize bridge nights, or used for a music night or a public sports match viewing. Big windows and a garage door provide with plenty of daylight, but also connect the interior with the exterior. When inside, people could easily look out over the plaza and see who is arriving at the mall, and during the night, when standing at the plaza, people can look inside and see if something is going on in the canteen. The garage door at the south side can be opened completely, so the border between interior and exterior will be erased. When the weather is nice, people can sit outside on the terrace.

The surrounding houses work well together with the public space. Doors of the maisonettes at the ground floor connect directly with the plaza. The ground floor houses are slightly higher than the street, to provide with a bit extra privacy. These houses have the kitchen at the street side and overlook the public space. The elderly housing on top of these maisonettes have broad shared balconies at the back, that connect to a community room. Every floor contains a community room, so there is one of these rooms per six units. People enter their homes via these rooms, something that enhances the communal identity of the building.

The public space under and surrounding the market hall has many facilities to sit and to relax. Bikes can be stored in one of the many bicycle racks, spread over the plaza. The public space is light up by 'street-light-bouquets' of reused streetlights. A central lighting piece reuses five of the typical lanterns that are now hanging from the mall roof.



## (Een markthal en een buurtkantine)

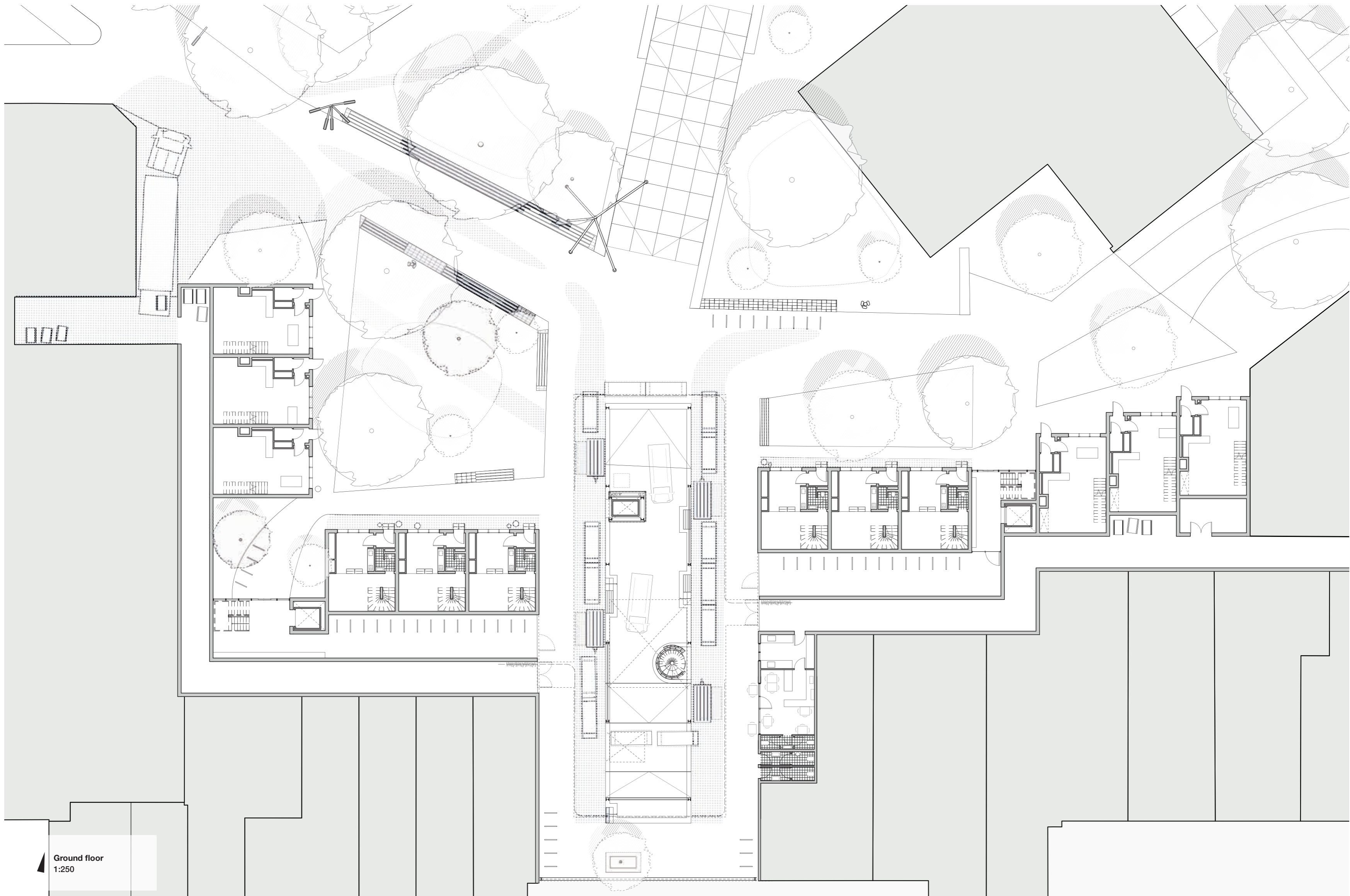
Het masterplan introduceerde hoe het winkelcentrum van Hof van Spaland kan worden getransformeerd tot een sterke kern van de gemeenschap. Dit hoofdstuk toont het ontwerp van een markthal en een buurtkantine aan de noordzijde van het winkelcentrum, omgeven door een openbaar plein en woningen. Dit ontwerp laat niet alleen zien hoe waarde kan worden gegeven voor de buurt en de sociale cohesie kan worden verbeterd, het zal ook worden gemaakt met lokale materialen en zal toekomstbestendig zijn. Logischerwijs wordt in een ontwerp bedoeld voor de lokale gemeenschap gebruik gemaakt van lokaal beschikbare materialen en worden in het gebouw voornamelijk lokale grondstoffen gebruikt.

De markthal is ontworpen op de locatie waar nu de Zeeman is gevestigd. Deze locatie is ideaal om een connectie te maken tussen het interieur van het winkelcentrum en de wijk en het oude Kethel aan de buitenzijde. De ingreep zal functioneren als een poort, waardoor een grote opening ontstaat die het openbare plein aan de achterkant, verbindt met het levendige interieur van de binnenstraat van het winkelcentrum. De markthal en de openbare ruimte eromheen worden plekken waar veel mensen samenkomen omdat vele wegen en stromen elkaar hier kruisen. De markthal geeft een meer permanente ruimte aan tijdelijke programmering zoals de fruitkraam, de oliebolle kraam, en natuurlijk de weekmarkt van het Bachplein. Deze markt had een nieuwe locatie nodig, omdat de grote parkeerterreinen van het Bachplein zijn getransformeerd tot parkeergarages met meerdere verdiepingen, en dus niet geschikt zijn voor een markt. De markthal is niet alleen geschikt voor marktkramen, maar er kunnen ook allerlei andere activiteiten plaatsvinden: optredens, rommelmarkten, kleine concerten, of filmvertoningen. De benedenverdieping is flexibel en nodigt uit om op vele manieren te worden gebruikt.

Twee looppaden aan weerszijden van een groot podium geven plaats voor de markt. De marktkramen kunnen stroom en water halen vanuit het podiumvolume. Het tafelhoge podiumvolume in het midden kan worden gebruikt als opslagruimte aan de achterkant van de kraam. Ook kan een kleine bestelbus - of twee - op het volume worden geparkeerd. Er zijn kleine trappen met bankjes in de rand ontworpen. Op de meeste momenten, wanneer er geen markt of andere activiteiten zijn, is deze rand uitnodigend om op te gaan zitten.

Gordijnen kunnen worden gebruikt als flexibele wanden die de ruimte onder het dak verdelen. Heldere podiumlampen maken de markthal 's avonds tot een lichte ruimte, maar ook overdag kunnen deze flexibele lampen worden gebruikt om diverse activiteiten te verlichten. De lampen kunnen worden gebruikt voor het verlichten van een voorstelling, concert of natuurlijk het waar van de markt. Het akoestische open plafond dempt het geluid, zodat de ruimte intiem aanvoelt, maar het voorkomt ook geluidsoverlast van mogelijke hangjongeren die de ruimte in de avonduren gebruiken. Een hergebruikte noodtrap en een lift verbinden de begane grond met de tuin en het terras op de eerste verdieping boven op de markthal. Deze tuin is overdag toegankelijk voor alle bezoekers van het winkelcentrum, maar omdat hij aansluit op de galerijen van de woningen rond de markthal, wordt deze ruimte waarschijnlijk veel gebruikt door de directe burens die hier wonen. Daarom dragen zij waarschijnlijk ook een beetje extra zorg voor de ruimte.





Ground floor  
1:250



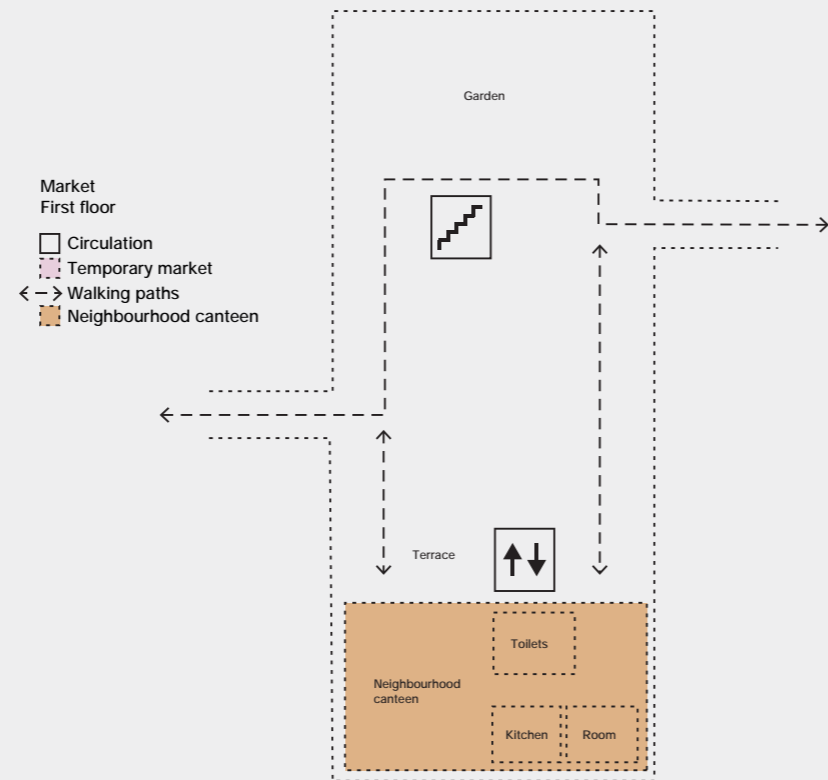
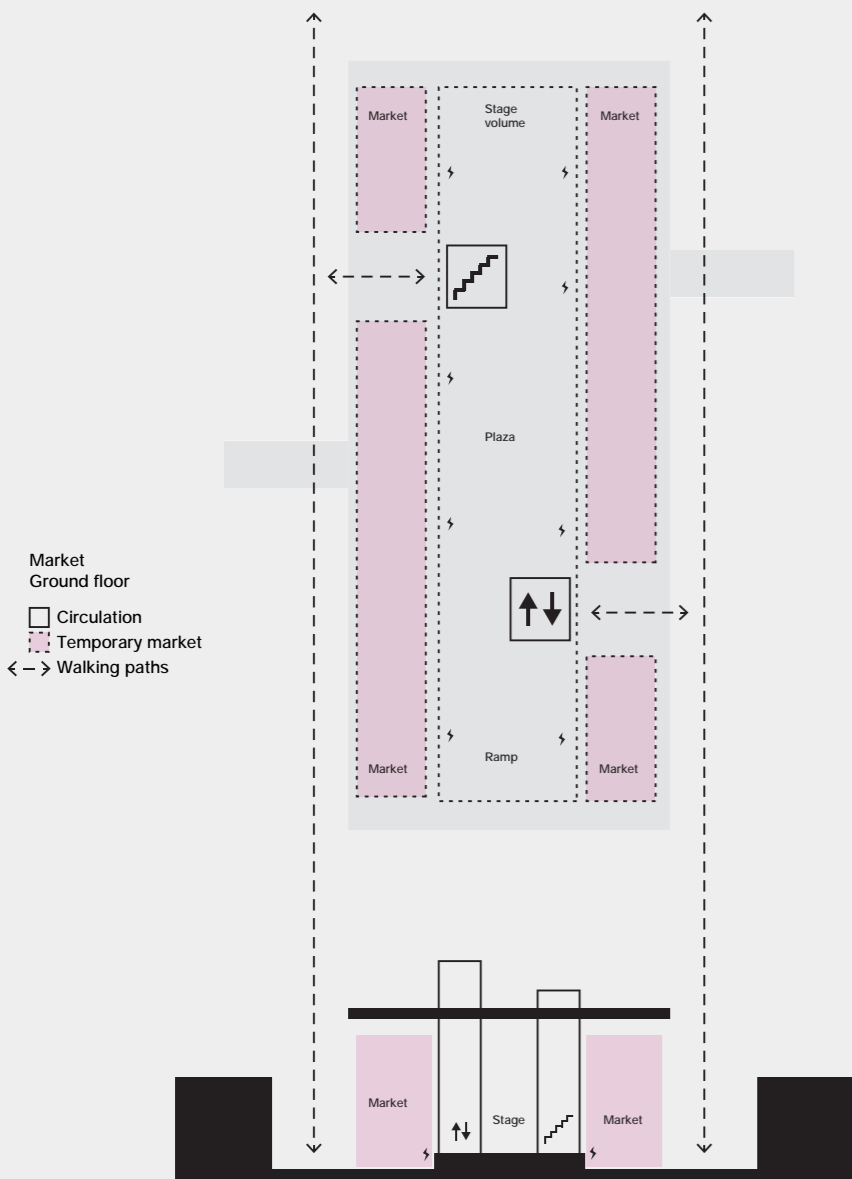


▲ A market situation under the roof  
Markt onder het dak

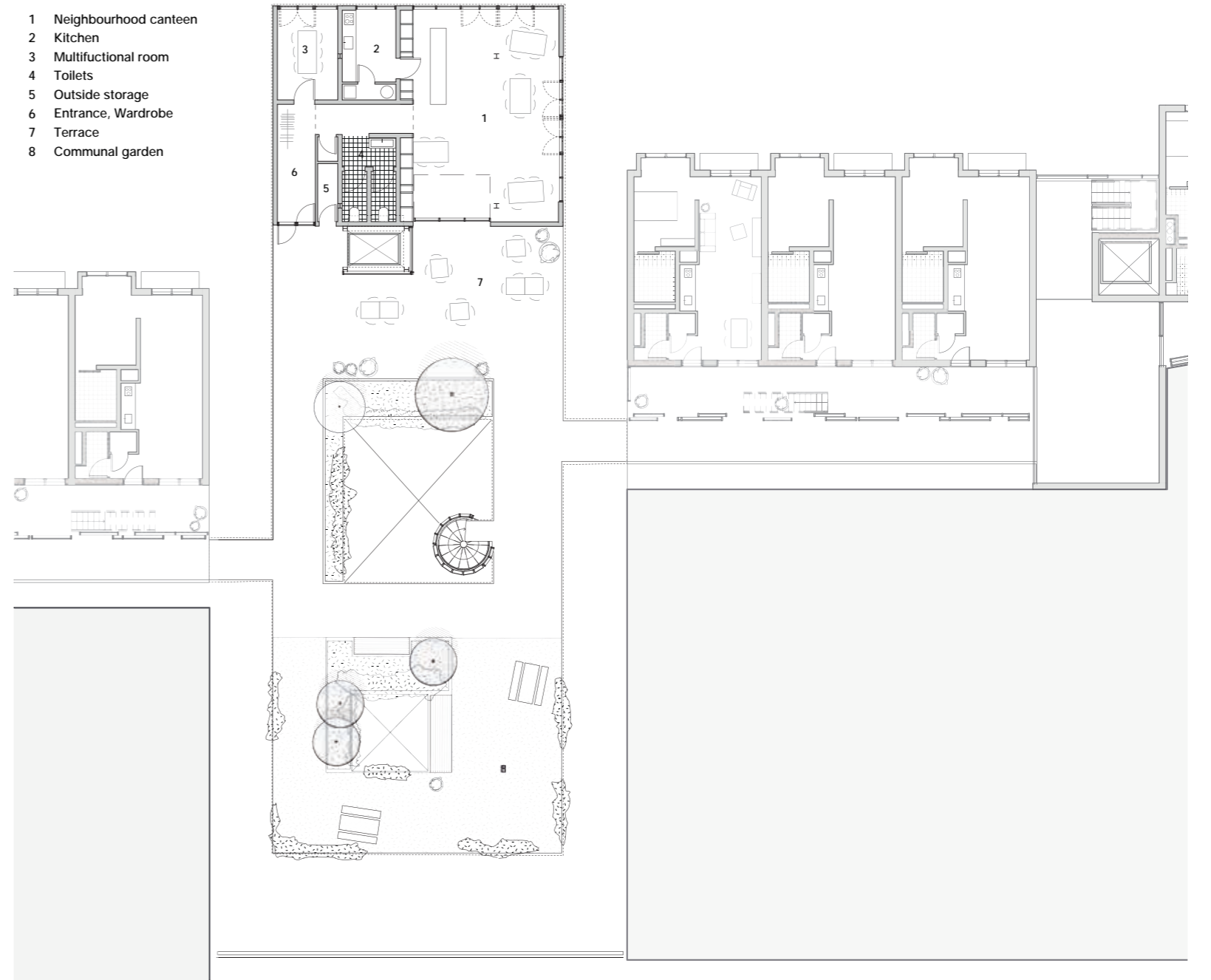
Naast een kleine gemeenschappelijke tuin bevat de eerste verdieping ook een buurtkantine met terras. De kantine kijkt uit over het plein voor de markthal. Deze buurtkantine heeft een grote flexibele ruimte, met bar en keuken, maar ook een kleine kamer waar kleinere groepen samen kunnen komen. De grote zaal wordt vooral overdag gebruikt om elkaar te ontmoeten en een kopje koffie te drinken, maar kan ook gebruikt worden door bijvoorbeeld een bridgeclub om bridgeavonden te organiseren, of gebruikt worden voor een muziekavond of het bekijken van het WK op groot scherm. Grote ramen en een garagedeur zorgen voor veel daglicht, maar verbinden ook binnen en buiten. Binnen kunnen mensen gemakkelijk over het plein naar buiten kijken en zien wie er aankomt, en 's nachts, vanaf het plein kunnen mensen naar binnen kijken en zien of er iets gaande is in de kantine. De garagedeur aan de zuidzijde kan volledig worden geopend waardoor bij mooi weer het terras kan worden gebruikt.

De omliggende woningen werken goed samen met de markthal. De maisonnettes op de begane grond hebben voordeuren aan de openbare ruimte. De woningen op de begane grond liggen iets hoger dan de straat, om wat extra privacy te bieden. Deze woningen hebben de keukens aan de straatkant en kijken uit over het plein. De seniorenwoningen boven op deze maisonnettes hebben brede gemeenschappelijke balkons aan de achterzijde, die aansluiten op een gemeenschappelijke ruimte. Elke verdieping heeft een gemeenschappelijke ruimte, dus één per zes woningen. Via deze kamers komen mensen hun woning binnen, iets wat de gemeenschappelijke identiteit van het complex versterkt.

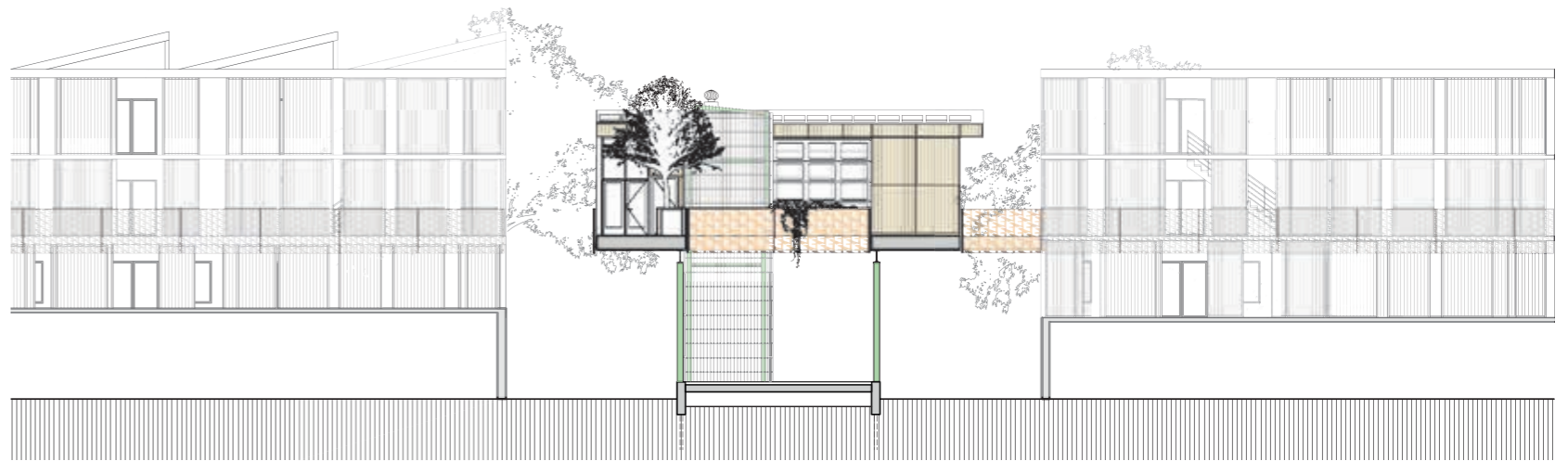
De openbare ruimte onder en rond de markthal heeft veel voorzieningen om te zitten en te ontspannen. Fietsen kunnen worden gestald in een van de vele fietsenrekken, verspreid over het plein. De openbare ruimte wordt verlicht door creatief geplaatste straatlantaarns. Een centrale lantaarn hergebruikt vijf van de typische lampen in het winkelcentrum hangen.



- 1 Neighbourhood canteen
- 2 Kitchen
- 3 Multifunctional room
- 4 Toilets
- 5 Outside storage
- 6 Entrance, Wardrobe
- 7 Terrace
- 8 Communal garden



▲ First floor  
1:250



Section  
1:250



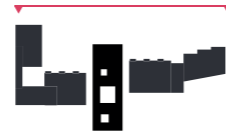




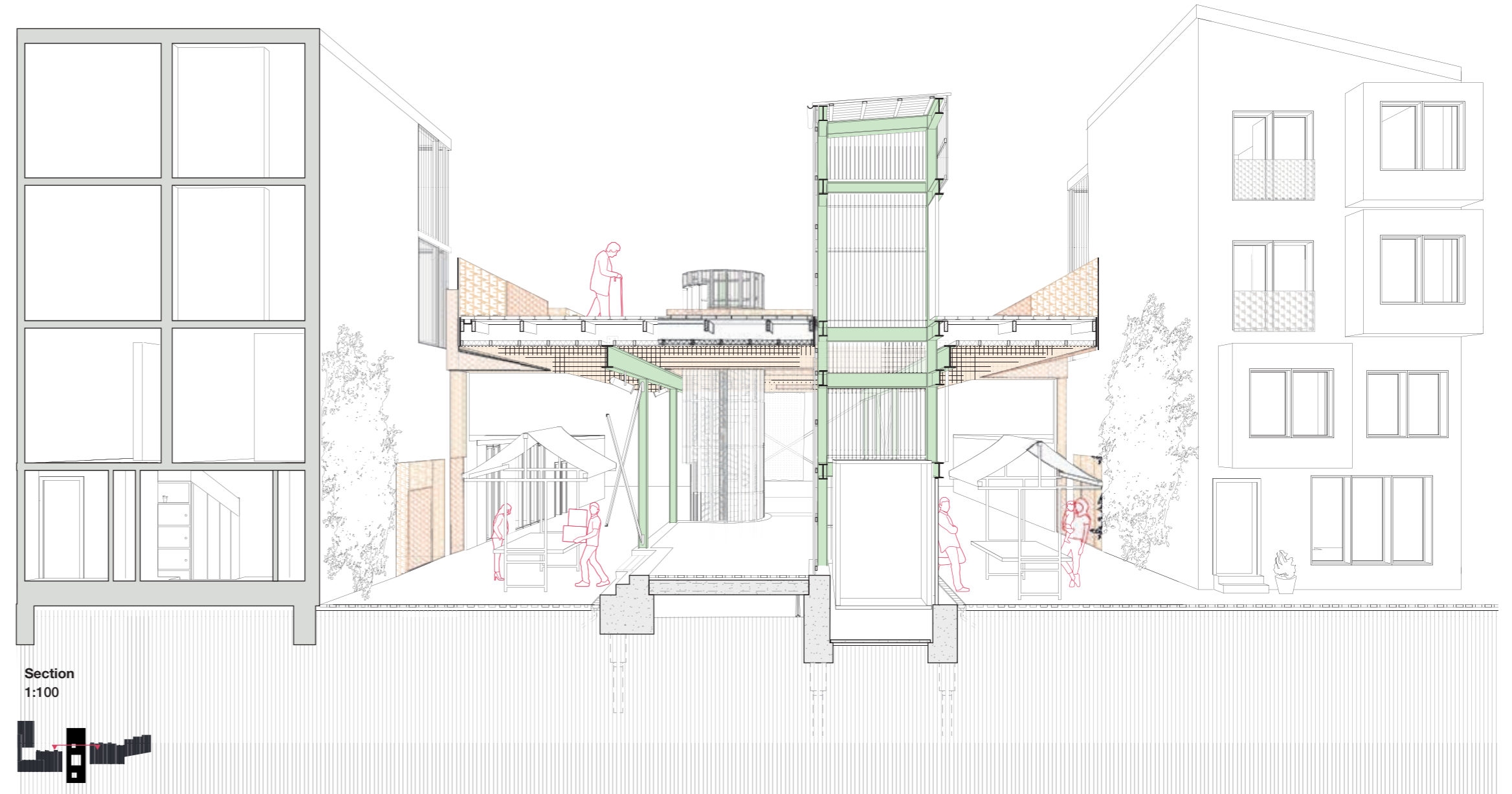
▲ Public soccer viewing in the canteen.  
Voetbal op groot scherm in de buurtkantine.



North façade  
1:250



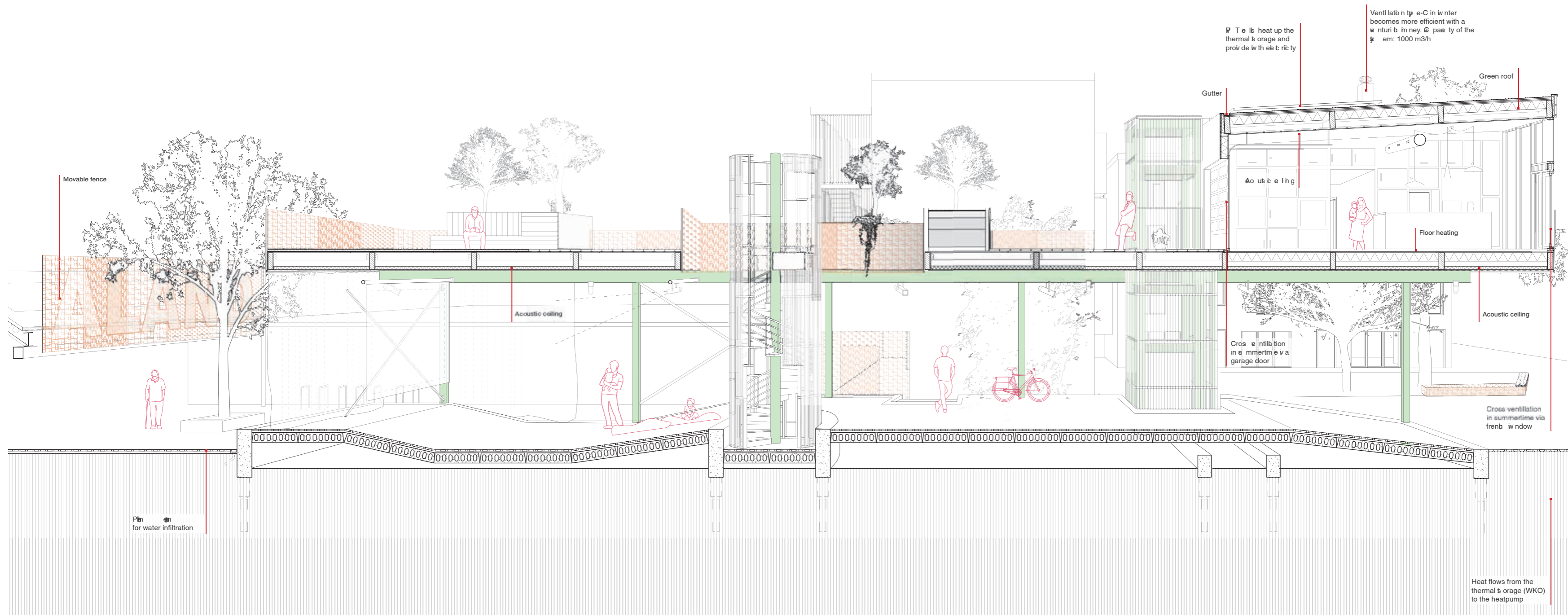
▼ South side of the market hall, a place for various activities.  
Zuidzijde van de markthal, een plek voor verschillende activiteiten.



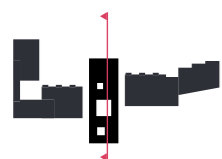
Section  
1:100







Section  
1:100



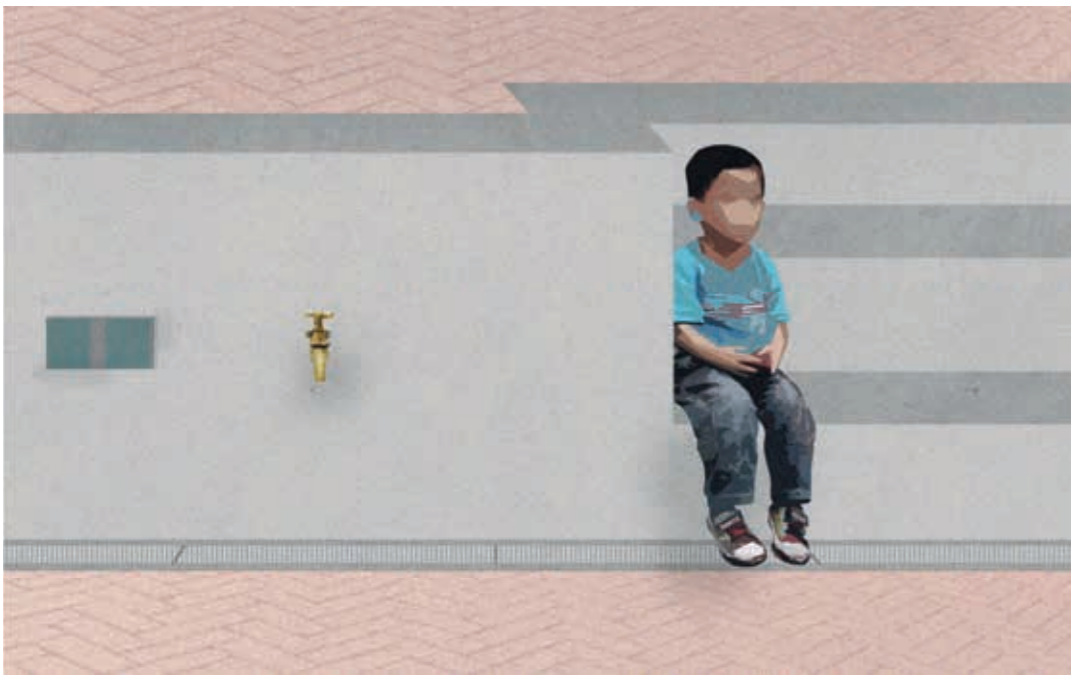
### Climate adaptation

When it rains, water flows from the first-floor deck and canteen roof into a rainwater tank. Stored water in this tank is used to flush the toilets, or water the plants. Rainwater on the streets infiltrates into the ground via an open pavement, and when it rains heavily, the water can overflow in small wadis in the public space. The canteen is heated and cooled with a heat pump using a geothermal storage from underneath the plaza. This storage is also used to heat and cool the housing blocks around. PVT panels on the roofs heat up the underground thermal storage when needed, while also providing with electricity. In winter, small ventilation openings in the north façade let fresh air in. In summer, the garage door and windows in the north façade can be opened for optimal cross ventilation.

### Aanpassing aan het klimaat

Als het regent, stroomt het water van het dek op de eerste verdieping en het dak van de kantine in een regenwateropslagtank. Het water uit deze opslag wordt gebruikt om de toiletten door te spoelen of de planten water te geven. Regenwater op straat infiltrereert in de grond via een open bestrating, en bij hevige regenval kan het water overlopen op tijdelijke vijvers in de openbare ruimte. De kantine wordt verwarmd en gekoeld met een warmtepomp die gebruik maakt van een warmte-koude opslag onder het plein. Deze opslag wordt ook gebruikt om de omliggende appartementen te verwarmen en te koelen. PVT panelen (Zonnepanelen die ook warmte genereren) op de daken verwarmen de ondergrondse warmte-koude opslag wanneer nodig en voorzien deze tevens van elektriciteit. In de winter laten kleine ventilatieopeningen in de noordgevel frisse lucht binnen. In de zomer kunnen de garagedeur en de ramen in de noordgevel worden geopend voor een verkoelende luchtstroom.





▲ Edge of the stage volume.  
Rand van het podiumvolume.

### Circular materials

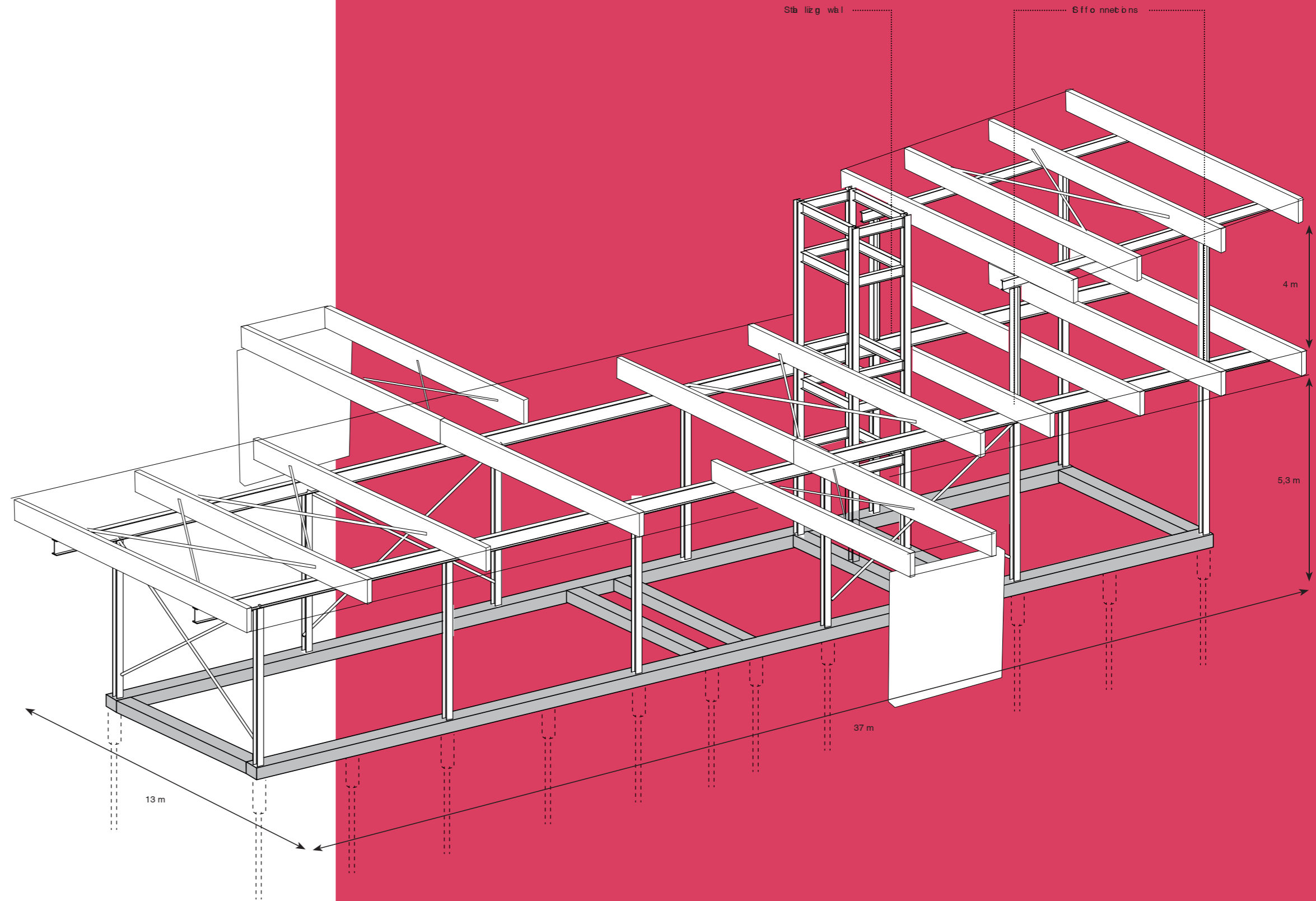
The market hall will be constructed with as many local materials as possible. Not only does this save transportation costs and energy, but it also directly reuses waste materials from the demolished parts of the mall. The steel construction under the deck is made from reused steel beams and columns from the main structure of the demolished mall parts. Laminated beams that form the main structure of the deck will be harvested from old gas station roofs, like the one at Zwaluwlaan that will be demolished. The railings and fences that border the deck will be made of contour-plates, a rest product from the industry in Rotterdam. The elevator, façade and staircase will be clad with re-used polycarbonate panels. Underfloor panels are made from OSB, a material that in general is highly available. The ceiling from the market hall is made from an orange fabric and fences. The type of fence that is used is one of the most used fences around. The deck of the first floor is paved with old sidewalk tiles. They will all be reused from the street around the plaza that will get a new pavement. For walls and connections, wood beams and slats are used. Wood is highly available, but also a more sustainable material source.

The market hall and neighbourhood canteen aim for improving social cohesion by adding social public space, as well as adding a variety in programming. By doing so, this site adds communal value to the shopping mall. The public space is inclusive and open for the people all day. Different groups and people meet each other at several locations. The site contributes to a self-sufficient neighbourhood that doesn't rely on fossil fuels or materials from further away. It is made for the neighbourhood, with the neighbourhood.

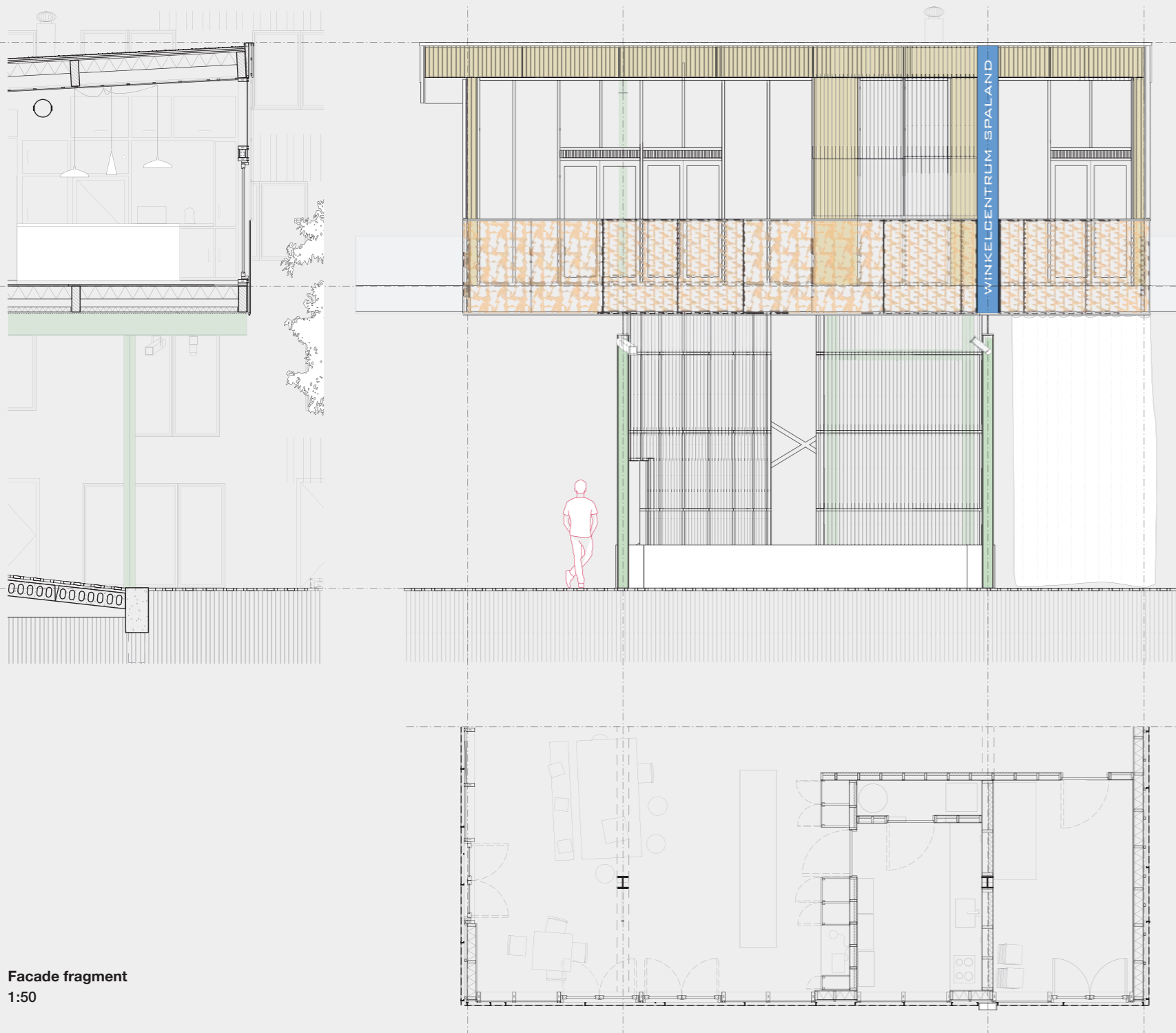
### Circulaire materialen

De markthal wordt gebouwd met zoveel mogelijk lokale materialen. Dit bespaart niet alleen transportkosten en energie, maar het hergebruikt ook direct afvalmaterialen uit de gesloopte delen van het winkelcentrum. De staalconstructie van de markthal is gemaakt van hergebruikte stalen balken en kolommen uit de hoofdstructuur van de gesloopte delen van het winkelcentrum. De gelamineerde balken in de hoofdstructuur van het dek, zijn afkomstig van oude daken van benzinstations, zoals van het pompstation aan de Zwaluwlaan dat zal worden afgebroken. De balustrades en hekken rondom het terras en de tuin worden gemaakt van contour-platen, een restproduct uit de Rotterdamse industrie. De lift, de gevel en het trappenhuis worden bekleed met hergebruikte transparante kunststof golfplaten. De ondervloerpanelen worden gemaakt van pershout, een materiaal dat in het algemeen tweede hands goed verkrijgbaar is. Het plafond van de markthal wordt gemaakt van stof en hergebruikte hekken. Het type hekwerk (dubbelstaafmat) dat is gebruikt is een van de meest gebruikte hekwerken die er zijn. Het dek van de eerste verdieping is geplaveid met oude stoeptegels. Alle tegels kunnen direct worden hergebruikt van de straat omdat het plein een nieuwe bestrating krijgt. Voor de muren en aansluitingen worden houten balken en latten gebruikt. Hout is goed verkrijgbaar, en ook een duurzamere materiaalbron.

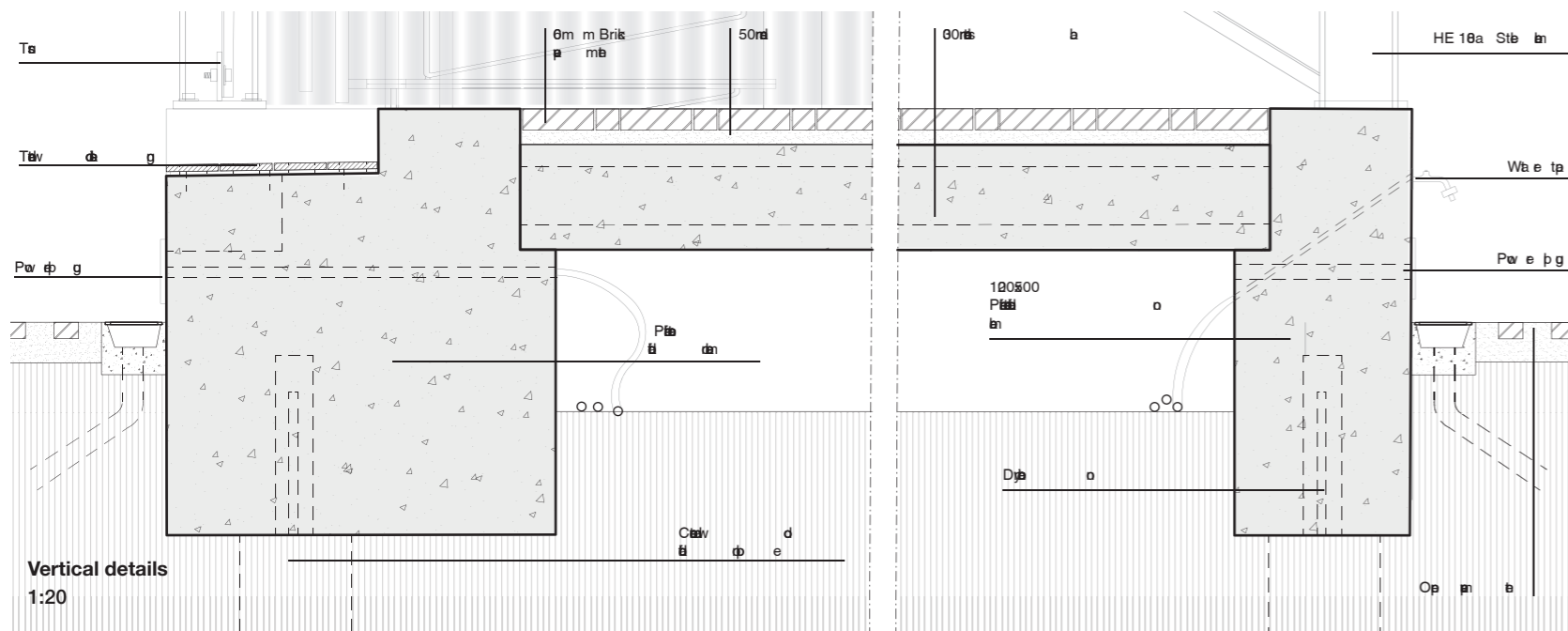
De markthal en de buurtkantine zijn ontmoetingsplaatsen die bedoelt zijn om de sociale cohesie te verbeteren door het toevoegen van openbare sociale ontmoetingsruimte, en door het toevoegen van een gevarieerde programmering. Op deze manier ontstaat op deze locatie gemeenschappelijke waarde voor de buurt. De openbare ruimte is inclusief en de hele dag open voor de mensen. Verschillende groepen en mensen ontmoeten elkaar op verschillende locaties. De locatie draagt bij aan een zelfvoorzienende wijk die niet afhankelijk is van fossiele brandstoffen of materialen van verder weg. Het is daarom gemaakt voor de buurt, met de buurt.



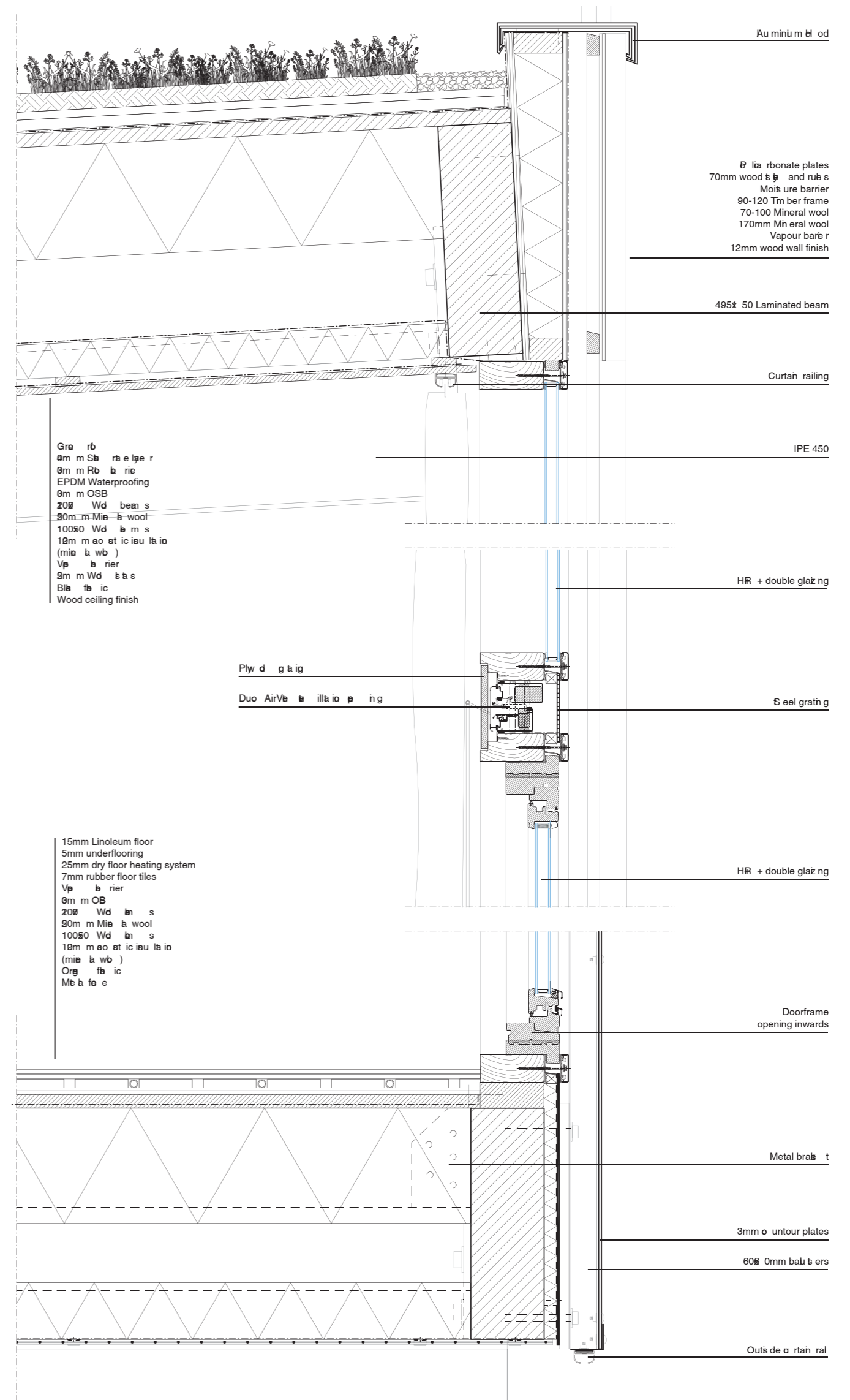




Facade fragment  
1:50



Vertical details  
1:20



Vertical details  
1:10

Grönrb  
 0m m St r t e l g e r  
 0m m R b a r i e  
 EPDM Waterproofing  
 0m m OSB  
 200 W d b e m s  
 80m m M i e a w o o l  
 10000 W d a m s  
 10m m a o a t i c i s u l t i o  
 (m i e a w b )  
 V p a r i e r  
 8m m W d b a s  
 B l a f b i c  
 Wood ceiling finish

15mm Linoleum floor  
 5mm underflooring  
 25mm dry floor heating system  
 7mm rubber floor tiles  
 V p a r i e r  
 0m m OSB  
 200 W d b e m s  
 80m m M i e a w o o l  
 10000 W d a m s  
 10m m a o a t i c i s u l t i o  
 (m i e a w b )  
 O r g f b i c  
 M e a f e e

0 l i n r b o n a t e p l a t e s  
 70m m w o o d b a n d a n d r u b s  
 M o i s t u r e b a r r i e r  
 90-120 T i m b e r f r a m e  
 70-100 M i n e r a l w o o l  
 V a p o u r b a r r i e r  
 12m m w o o d w a l l f i n i s h

495x 50 Laminated beam

Curtain railing

IPE 450

HR + double glaz ng

Ply d g a i g

Duo AirVb a i l l i o p h g

S e e l g r a t h g

HR + double glaz ng

Doorframe  
opening inwards

Metal brack t

3mm o untour plates

600 0mm balu t e r s

Outs de o r t a n r a l



# Interventions that create **communal value** for the mall

As malls in the Netherlands appear to be economically stable, many of them get maintained in their current form, although these centres lack qualitative public space. Municipalities do often realize that these centres deserve extra attention or a proper renewal, but it often results in the addition of housing that only generate money for an update of the public space but never fully contributing to it. That a problem with the Modernist mall exists, is not questioned in society, but the ways how this problem is treated does not help in finding a permanent solution. Often is focussed on commercial value, only strengthening consumers mentality. It's exactly that view that caused the architecturally related problems that were found, and moreover, it does not address to the needs of qualitative public space. Focussing on public space could have great value, as it increases social cohesion. Malls like Hof van Spaland are the intersections in neighbourhoods and with some interventions, they can be ideal crystallization points for community building.

The research focusses on the Dutch suburban mall, more specifically, the mall of Schiedam Spaland. The demand for change is high, as this mall is one of the only centres in the Rotterdam-The Hague area that has never been fully renovated or renewed. The book is split into two parts: First, research that looks deeper the Modernist mall concept and its effects on people and public space. The second part contains written and visualised recommendations for the mall of Schiedam Spaland. In the first part, literature, observations, and interviews are intertwined. Here, the mall and possible problems were studied in literature. After the discovery of the several problems, the effect was studied on the people visiting or living close by Hof van Spaland. With this fieldwork consisting of interviews, flowing dialogue and observations, it was discovered how the mall concept influenced the inhabitants of Schiedam North and how the mall could be transformed. The fieldwork was especially relevant because this is connecting the scientific knowledge to the real issues in Hof van Spaland.

*What key problems regarding planning and design of the mall could be identified?*

Malls are a Modernist concept that became widespread after the second world war. Although these places were often envisioned as community centres with civic space, this slowly faded and got taken over by consumer values. Also driven by functionalism, malls became the ideal place for the consumer. Nowadays, it is more visible than ever that the mall embodies and maintains this mentality, with the municipality mainly focussing on keeping the mall economically stable. This mentality led to three key problems in the design of the mall: Car-mobility, monofunctional programming and inside orientation.

*In what way do these problems influence the public space, people, and neighbourhood in and around Hof van Spaland?*

Consumer mentality demands for an easy access to the mall in a neighbourhood dictated by the car. The mall is made for cars, with the outside

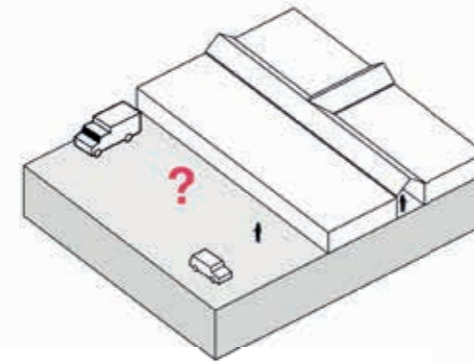
surrounded by big roads and parking areas. However, Hof van Spaland is accessible with other forms of transportation, but the dominance of the car is evident. Apart from environmental problems, big roads also separates several communities from each other and create dangerous and annoying situations.

Second, the mall is mainly monofunctional for shopping. Due to high rents, the mall contains almost only stores and no places with high communal value. Community places like Blauwe Brug got demolished and will be replaced with a care centre and housing developments. Temporal programming mainly happens just outside the mall, as the inside is occupied by known concepts that are economically vital, and public facilities are disappearing. The public space in the mall is circulation space and not suited for valuable interactions. Mainly missed in the monofunctional mall is a place where people could come together, for example, a good Dutch pub. With more diverse programming, people could stay longer, but also programming for younger people could lead to an increase diversity in visitors.

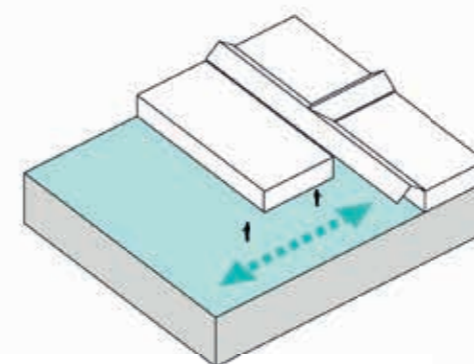
Last, deliveries need to be easy, so the outside of the mall is one big expedition street. Trucks invade the public plazas and create dangerous and irritating situations. During the night these places are ideal for loud loitering youths as there is no social control. Also due to this lack of control, these backsides are dirty with a lot of trash. This contrasts the layouts of traditional neighbourhoods as Tuindorp or Kethel, that appear to function best in terms of safety and less crime.

*What spatial and functional interventions could give the suburban mall of Hof van Spaland added value regarding qualitative public space?*

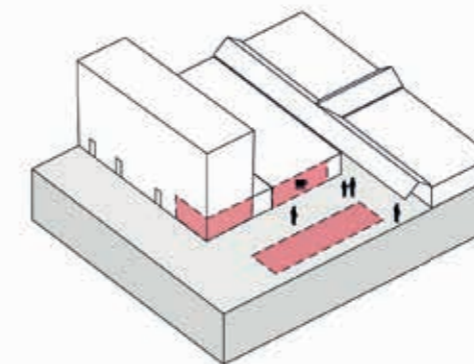
The second part of the book shows the possibilities for Hof van Spaland, therefore answers the main research question. Several interventions can increase the value of the public space surrounding the mall: Add housing, add communal functions, move parking facilities, add diverse public space, add restaurants and cafés, add a market hall, make roads car free,



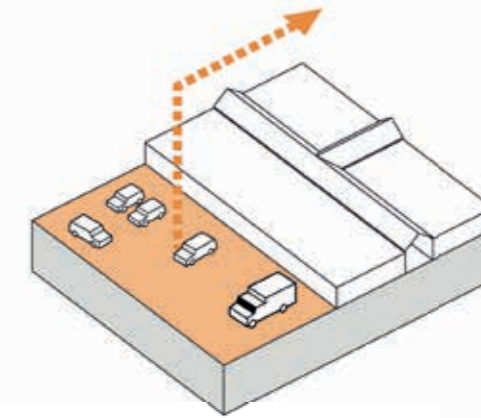
Investigate the Modernist suburban mall.  
Onderzoek het Modernistische wijkwinkelcentrum.



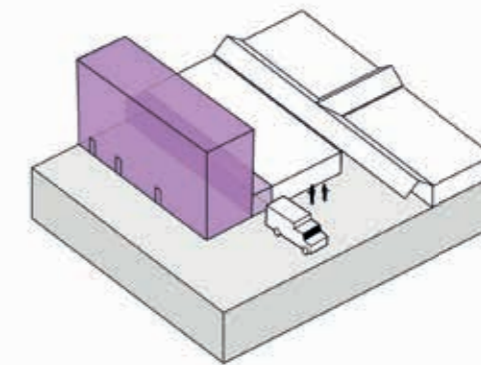
Connect the interior and exterior.  
Verbindt binnen en buiten.



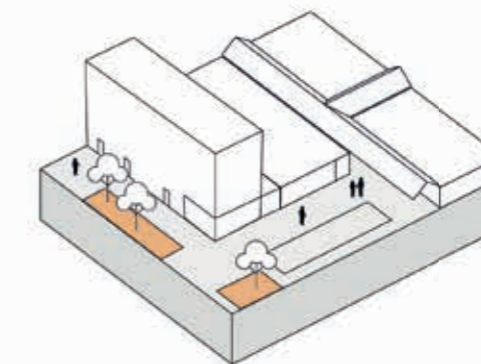
Add diverse public facilities.  
Voeg diverse publieke voorzieningen toe.



Move the parking to one suitable location  
Verplaats parkeervoorzieningen naar één centraal punt.



Activate the backstreet with housing.  
Activeer de achterstraat met woningen.



Design a diverse public space.  
Ontwerp een diverse openbare ruimte.

## (Waardevolle interventies)

Omdat winkelcentra in Nederland economisch gezien goed werken, blijven veel van deze centra in hun huidige vorm bestaan, hoewel kwalitatieve openbare ruimte vaak ontbreekt. Gemeenten zien in dat deze centra extra aandacht of een goede vernieuwing verdienen, maar het resulteert vaak in de toevoeging van woontorens die alleen geld opleveren vóór een update van de openbare ruimte, maar er nooit volledig aan bijdragen. Dat er een probleem is met het Modernistische winkelcentrum, daar is men het over eens, maar de manier waarop met dit probleem wordt omgegaan helpt niet bij het vinden van een permanente oplossing. Vaak wordt gefocust op commerciële waarde, en dit versterkt alleen maar de consumentenmentaliteit. Dat blijkt precies de bron van alle problemen, en bovendien negeert het de behoeften naar kwalitatieve openbare ruimte. Aandacht voor de openbare ruimte kan van grote waarde zijn, doordat het de sociale cohesie versterkt. Winkelcentra zoals Hof van Spaland zijn de centrale kernen in buurten en met enkele ingrepen kunnen ze ideale plekken zijn voor gemeenschapsvorming.

Het onderzoek focust op het Nederlandse wijkwinkelcentrum, in het bijzonder het winkelcentrum van Schiedam Spaland. De vraag naar verandering is hier groot, omdat dit winkelcentrum een van de enige centra in de regio Rotterdam-Den Haag is die nooit volledig is gerenoveerd of vernieuwd. Het boek is opgesplitst in twee delen: Eerst een onderzoek dat dieper ingaat op het Modernistische winkelcentrumconcept en de effecten op de bewoner en de openbare ruimte. Het tweede deel bevat geschreven en geïllustreerde aanbevelingen voor het winkelcentrum Hof van Spaland. In het eerste deel zijn literatuur, observaties en interviews met elkaar verweven. Hier zijn het winkelcentrum en mogelijke kernproblemen bestudeerd in de literatuur. Na de ontdekking van de verschillende problemen is het effect bestudeerd op de mensen die Hof van Spaland bezoeken of in de buurt wonen. Met dit veldwerk bestaande uit interviews, dialoog en observaties is onderzocht hoe het winkelcentrumconcept de bewoners van Schiedam Noord beïnvloedt en hoe het winkelcentrum getransformeerd zou kunnen worden. Juist het veldwerk was relevant omdat het de wetenschappelijke kennis verbindt met de werkelijke problematiek in Schiedam Noord.

*Welke sleutelproblemen met betrekking op planning en ontwerp van het winkelcentrum kunnen worden gevonden?*

Winkelcentra zijn een Modernistisch concept dat zich na de Tweede Wereldoorlog verspreidde door Nederland. Hoewel deze plaatsen vaak waren bedoeld als gemeenschapscentra met ontmoetingsruimte, vervaagde dit idee langzaam en werd het overgenomen door de focus op consumeren. Eveneens gedreven door functionalisme, werden winkelcentra een plek met enkel winkels. Tegenwoordig is het erg zichtbaar dat het winkelcentrum deze mentaliteit vertegenwoordigt en in



close or activate the interior at night, and add seating. These measures show how Hof van Spaland can be transformed into a more self-organizing and caring community. One of these interventions is worked out in the design of a market hall and a neighbourhood canteen at the north side of the mall, surrounded by a plaza and public space. Not only shows the design how to address communal value and improve social cohesion, it is also created with local harvested materials and is future proof. Logically, when designing for the local community, this is done with local available materials and the building mainly uses local resources. The site of the market hall and canteen faces many of the problems that were discovered in the research. The smaller scale explores many characteristics of the other sites as well. The project shows how the building of the mall and the public space surrounding it could work together to generate value for the people of the neighbourhood of Spaland.

Although the research itself is done on the mall of Schiedam Spaland and can only be used in generating a redesign for the public space of this specific mall, the method on how this redesign and research is executed can be used for other malls to reactive the public space when they are based on similar Modernist city planning. This questions and touches upon a broader economic system of renovations and demolitions happening in Modernist neighbourhoods. As there are many of these malls and neighbourhoods across the Netherlands and even Europe, the project generates an interesting case study that can be used example to understand how social issues and Modernist architecture are related, and how they could be solved.

The market hall and neighbourhood canteen improve social cohesion by adding public social and meeting space, as well as adding a diversity in programming. By doing so, this site focusses on communal value instead of commercial value and therefore solves many of the key problems existing in the Modernist mall concept.

stand houdt, waarbij de gemeente zich vooral richt op het economisch stabiel houden van het winkelcentrum. Deze mentaliteit leidt tot drie kernproblemen in het ontwerp van het winkelcentrum: automobilititeit, monofunctionele programmering en een naar binnen gerichte oriëntatie.

*Op welke manier beïnvloeden deze problemen het gebruik van de publieke ruimte, de bezoeker, en de buurt rondom Hof van Spaland?*

Om het de consument zo gemakkelijk mogelijk te maken, is snelle toegang met de auto noodzakelijk. Het winkelcentrum is gemaakt voor auto's, met de buitenkant omringd door grote wegen en parkeerplaatsen. Echter, Hof van Spaland is ook bereikbaar op andere manieren, maar het is duidelijk dat de auto hier dominant is. Afgezien van milieuproblemen, scheiden grote wegen verschillende gemeenschappen van elkaar en ontstaan gevaarlijke en hinderlijke situaties.

Ten tweede is het winkelcentrum voornamelijk monofunctioneel voor winkelen. Door de hoge huurprijzen bevat het winkelcentrum alleen klassieke winkels en geen plekken met een extra waarde voor de gemeenschap. Gemeenschapsvoorzieningen zoals de Blauwe Brug zijn gesloopt en zullen worden vervangen door een zorgcentrum en woningbouw. Tijdelijke programmering vindt vooral plaats net buiten het winkelcentrum, omdat de binnenkant wordt ingenomen door bekende concepten die economisch goed werken. De openbare ruimte in het winkelcentrum is alleen loopruimte en niet geschikt voor waardevolle interacties. Wat vooral gemist wordt in dit wijkwinkelcentrum is een plek waar mensen samen zouden kunnen komen, zoals een brasserie. Met een meer diverse programmering zouden mensen langer kunnen blijven, en programmering voor jongere mensen leidt tot een grotere diversiteit aan bezoekers.

Ten slotte moet bevoorrading van winkels gemakkelijk kunnen plaatsvinden, dus de buitenkant van het winkelcentrum is één grote expeditiestraat. Vrachtwagens rijden over de openbare pleinen en zorgen voor gevaarlijke en vervelende situaties. 's Nachts blijkt de achterkant ideaal voor luidruchtige hangjongeren, omdat hier dan geen sociale controle is. Mede door dit gebrek aan controle zijn deze achterbuurten vuil en ligt er veel afval. Dit in tegenstelling tot de opzet van traditionele wijken als Tuindorp of Kethel, die het beste lijken te functioneren qua veiligheid en verminderde criminaliteit.

*Welke ruimtelijke en functionele ingrepen kunnen het wijkwinkelcentrum Hof van Spaland toegevoegde waarde geven voor de openbare ruimte?*

Het tweede deel van het boek toont de mogelijkheden voor Hof van Spaland en beantwoordt daarmee de hoofdvraag. Verschillende ingrepen kunnen de waarde van de openbare ruimte rond het winkelcentrum verhogen: *voeg woningen toe, voeg gemeenschappelijke functies toe, verplaats parkeervoorzieningen, voeg*

*gevarieerde openbare ruimte toe, voeg horeca toe, voeg een markthal toe, maak wegen autovrij, sluit of activeer de binnenkant 's nachts, en voeg zitgelegenheid toe.*

Deze maatregelen laten zien dat Hof van Spaland kan worden getransformeerd tot een sterker wijkcentrum. Een van deze ingrepen, het ontwerp van een markthal, buurtkantine en publieke ruimte aan de noordzijde van het winkelcentrum, is verder uitgewerkt. Niet alleen laat het ontwerp zien hoe het gemeenschapswaarde toegevoegd kan worden en de sociale cohesie kan worden verbeterd, ook gebruikt het enkel lokaal beschikbare materialen en toekomstbestendig zijn. Logischerwijs wordt bij het ontwerpen voor de lokale gemeenschap gebruik gemaakt van lokaal beschikbare materialen en maakt het gebouw voornamelijk gebruik van lokale grondstoffen. De locatie van de markthal en kantine is nu een plek waar veel van de problemen die in het onderzoek naar voren zijn gekomen samenkomen. Het project laat zien hoe de bouw van het winkelcentrum en de openbare ruimte eromheen kunnen samenwerken om waarde te genereren voor de mensen in de wijk Spaland.

Hoewel het onderzoek zelf is uitgevoerd in het winkelcentrum van Schiedam Spaland en alleen kan worden gebruikt om een herontwerp voor openbare ruimte rondom dit winkelcentrum te maken, kan de methode wel worden gebruikt bij andere winkelcentra de openbare ruimte te reactiveren wanneer zij zijn gebaseerd op vergelijkbare Modernistische stadsplanning. De methode bekijkt een breder economisch systeem van renovaties en sloop in Modernistische wijken. Aangezien er veel van deze winkelcentra en wijken in heel Nederland en zelfs Europa zijn, genereert het project een interessant voorbeeld om te begrijpen dat sociale kwesties en Modernistische architectuur met elkaar samenhangen, en hoe ze zouden kunnen worden opgelost.

De markthal en de buurtkantine verbeteren de sociale cohesie door het toevoegen van publieke ontmoetingsruimte, en door het toevoegen van een diversiteit in de programmering. Hierdoor richt deze locatie zich op de gemeenschappelijke waarde in plaats van op de commerciële waarde en worden daardoor veel van de kernproblemen op die nu nog in het Modernistische winkelcentrumconcept bestaan aangepakt.



▲ Interior of the 'Kethelhuis', a public facility that brings people together. *Interieur van het 'Kethelhuis', een plek waar mensen samenkomen.*



# 6. Bibliograafhy

## Literatuurlijst

Abcouwer, C. (1995, May 3). Vendex wil met zijn winkels van alle markten thuis zijn. Het Parool. <https://resolver.kb.nl/resolve?urn=ABCD:010841703:mpeg21:a0264>

Abrahamse, J. E., Noyon, R., Bakker, B., & Oosten (Organization). (2007). Het oude en het nieuwe bouwen. Thoth.

Aelbrecht, P., & Stevens, Q. (2019). Public Space Design and Social Cohesion: An International Comparison (1st ed.). Routledge.

Business Insider. (2013, October 22). "Verval winkelcentra schuld gemeenten en vastgoedverhuurders." Business Insider Nederland. <https://www.businessinsider.nl/winkelier-wordt-tegengewerkt-393902/>

Bergen, A. (1998). Jon Jerde and the Architecture of Pleasure. *Assemblage*, 37, 8–35. <https://doi.org/10.2307/3171353>

Brussé Vastgoed. (n.d.). Te huur winkel Schiedam Noord. <https://www.brussevastgoed.com/hof-van-spaland-2-schiedam>

Burgers, J. (2006). De stad als speelplaats. *Sociologie*, 2(1), 53–70. <https://www.aup.nl/journal-downloads/sociologie/sociologie2006002001004.pdf>

Buvelot B. (2017). Slimme winkelcentra kennen de wijk. *Rooilijn*, 3(40). <https://adoc.pub/winkelcentra-kennen-de-wijk.html>

Carmona, M. (2018). Principles for public space design, planning to do better. *URBAN DESIGN International*, 24(1), 47–59. <https://doi.org/10.1057/s41289-018-0070-3>

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2019). De regionale economie 2018. <https://www.cbs.nl/nl-nl/publicatie/2019/51/de-regionale-economie-2018>

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2020, August 4). Coronacrisis jaagt online winkelen aan in het tweede kwartaal. <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2020/32/coronacrisis-jaagt-online-winkelen-aan-in-het-tweede-kwartaal>

Coleman, N. (2014). *Lefebvre for Architects* (1st ed.). Taylor & Francis.

Common Affairs. (n.d.). Citymaker Retail - Common Affairs. Retrieved 17 May 2021, from <https://www.commonaffairs.nl/pagina/citymaker-retail>

De Architect. (2019, September 5). ARC19: Standaertsite (Ledeberg) Gent – Ontwerpteam AE / Carton123 / Murmuur architecten & Atelier Arne Deruyter. <https://www.dearchitect.nl/projecten/arc19-standaertsite-ledeberg-gent-ontwerpteam-ae-carton123-murmuur-architecten-atelier-arne-deruyter>

De Binnenhof – AGS Architects. (n.d.). ASG architects. Retrieved 2 May 2021, from <https://www.agsarchitects.net/portfolio-item/de-binnenhof/>

Dobraszczyk, P. (n.d.). Park Hill Estate [Photograph]. *Archdaily*.Com. [https://www.archdaily.com/791939/ad-classics-park-hill-estate-sheffield-jack-lynn-ivor-smith/5887b12ce58eccc71000011-ad-classics-park-hill-estate-sheffield-jack-lynn-ivor-smith-photo?next\\_project=no](https://www.archdaily.com/791939/ad-classics-park-hill-estate-sheffield-jack-lynn-ivor-smith/5887b12ce58eccc71000011-ad-classics-park-hill-estate-sheffield-jack-lynn-ivor-smith-photo?next_project=no)

Don, S. (2021, March 3). Voormalige Sint Martinusschool in Schiedam maakt plaats voor seniorenwoningen. *AD.nl*. <https://www.ad.nl/waterweg/voormalige-sint-martinusschool-in-schiedam-maakt-plaats-voor-seniorenwoningen~a7160273/>

Easterling, K. (2016). *Extrastatecraft: The Power of Infrastructure Space* (Reprint ed.). Verso.

Eerenbeemt, M. V. D. (2021, March 18). Luxe of leegstand? Veel winkelcentra staan voor een zware keuze. *de*

*Volkskrant*. <https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/luxe-of-leegstand-veel-winkelcentra-staan-voor-een-zware-keuze~b71db4f0/>

Elmer, V. A. P. B. S. (2022, February 3). Sheffield Tent City and the Social Cleansing of Park Hill Estate. *Architectsforsocialhousing*. <https://architectsforsocialhousing.co.uk/2017/01/30/sheffield-tent-city-and-the-social-cleansing-of-park-hill-estate/>

Eurostat. (2021, February 17). Online shopping ever more popular in 2020. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/ddn-20210217-1>

Fassler, L. (2020). Manchester, NH, USA I [Illustratie]. *Larissafassler.Com*. <http://www.larissafassler.com/manchester1.html>

Feinberg, R. A., & Meoli, J. (1991). A brief history of the mall. *NA - Advances in Consumer Research*, NA-Advances in Consumer Research Volume 18 | 1991, 426–427. <https://www.acrwebsite.org/volumes/7196/volumes/v18/NA-18>

Francis, J., Giles-Corti, B., Wood, L., & Knuiam, M. (2012). Creating sense of community: The role of public space. *Journal of Environmental Psychology*, 32(4), 401–409. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2012.07.002>

Garden city of the future. (1936). [Illustration]. *Tumblr.Com*. <https://procrete.tumblr.com/post/28002741547/garden-city-of-the-future-circa-1936-at-the>  
Gehl, J. (2015, December 18). In Search of the Human Scale | Jan Gehl | TEDxKEA [Video]. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=Cgw9oHdfJk>

Gehl, J. (2011). *Life Between Buildings: Using Public Space* (Sixth ed.). Island Press.

Gemeentearchief Schiedam. (n.d.). Het winkelcentrum Hof van Spaland. Rechts de Marskramer, een winkel in huishoudelijke artikelen. [Photograph]. <https://beeldbank.schiedam.nl/beeld/detail/788351d4-4ebc-746a-905d-dea869bbc342>

Guyt, P., & TU Delft, Faculteit der Bouwkunde. (2000). *Voorzieningen* (Ser. Monografie ruimtelijke planning, 4). TU Delft.

Helferich, E. (1995, July 5). Duurzame ontwikkeling vereist Europees protectionisme. *De Volkskrant*. <https://resolver.kb.nl/resolve?urn=ABCD:010870880:mpeg21:a0136>

Het Parool. (1995, October 17). Makelaars vrezan lege winkelcentra. *Het Parool*. <https://resolver.kb.nl/resolve?urn=ABCD:010841818:mpeg21:a0131>

Harteveld, MGAD. (2004). Interior public space. In L. Duin, & F. Claessens (Eds.), *The European city* (pp. 58–58). Publicatieburo Bouwkunde.

Harteveld, MGAD., & Fuchs, A. (2007). A forgotten chapter in European Urbanism: the invention of the mall, its mutation and inherit potentials. In G. Bruyns, A. Fuchs, M.J. Hoekstra, V.J. Meyer, & A. van Nes (Eds.), *4th International Seminar on Urbanism and Urbanization. The European Tradition in Urbanism - and its Future*. International PhD conference. (pp. 208–214). *IFoU*.

Harteveld, MGAD., & Scott Brown, D. (2007). On Public Interior Space. *AA Files: annals of the Architectural Association School of Architecture*, 56, 64–73.

Hillier, B. (2004). Can streets be made safe? *URBAN DESIGN International*, 9(1), 31–45. <https://doi.org/10.1057/palgrave.udi.9000079>

Holston, J. (1998). Spaces of Insurgent Citizenship. *Cities and Citizenship*, 155–173. <https://doi.org/10.1215/9780822396321-008>

Huisman, J. (1995, February 8). De flat als noodzakelijk kwaad is toe aan opwaardering. *De Volkskrant*. <https://resolver.kb.nl/resolve?urn=ABCD:010870758:mpeg21:a0172>

Kooyman, D. (1999). *Machine En Theater* (1st ed.). Uitgeverij 010. <https://pure.tue.nl/ws/portalfiles/portal/1404144/Metis130059.pdf>

Kooyman, M. (2021, April 29). Rotterdamse winkelstraat moet straks een 'beleving' worden. *NRC*. <https://www.nrc.nl/nieuws/2021/04/29/winkelstraat-moet-straks-een-beleving-woorden-a4041347>

Le soleil et L'ombre. (n.d.). [Illustration]. *Repository*. *Tudelft.Nl*. <https://repository.tudelft.nl/islandora/object/uuid%3A1c91a85c-e029-411d-9b38-f2ae0e1a7dcd?collecti on=education>

Longstreth, R. W. (1999). *The Drive-In, the Supermarket, and the Transformation of Commercial Space in Los Angeles, 1914–1941* (1st Edition). The MIT Press.

McCarter, R. (2008). Review: Aldo van Eyck: Writings, edited by Vincent Ligtelijn and Francis Strauven. *Journal of the Society of Architectural Historians*, 67(4), 615–617. <https://doi.org/10.1525/jсах.2008.67.4.615>

Mehta, V. (2013). Evaluating Public Space. *Journal of Urban Design*, 19(1), 53–88. <https://doi.org/10.1080/13574809.2013.854698>

Metz, T. (2021, March 19). Weg met de winkelstraat. *NRC*. <https://www.nrc.nl/nieuws/2021/03/19/weg-met-de-winkelstraat-a4036450>

Millikowski, F. (2020). Een klein land met verre uithoeken (1st ed.). Atlas Contact.

Ministerie van VROM. (2001, October). Ontwerp Planologische Kernbeslissing Nationaal Ruimtelijk Beleid. [https://www.eerstekamer.nl/behandeling/20011001/vijfde\\_nota\\_ruimtelijke\\_ordening/info](https://www.eerstekamer.nl/behandeling/20011001/vijfde_nota_ruimtelijke_ordening/info)

Monster, J. (2022, January 24). Omgeving profiteert van herontwikkeling winkelcentra- maar wie moet dat betalen? *Gebiedsontwikkeling.nu*. <https://www.gebiedsontwikkeling.nu/artikelen/omgeving-profiteert-van-herontwikkeling-winkelcentra-maar-wie-moet-dat-betalen/#:%7E:text=%E2%80%9CUitstel%20van%20herontwikkeling%20van%20winkelcentra,wel%20een%20advies%20voor%20beleidsmakers>

Muis, R. (2017, June 1). GROUP A maakt integraal ontwerp vernieuwing Megastores. *Architectenweb*. <https://architectenweb.nl/nieuws/artikel.aspx?ID=40936>

Nieuwenhuijsen, M. J., & Khreis, H. (2016). Car free cities: Pathway to healthy urban living. *Environment International*, 94, 251–262. <https://doi.org/10.1016/j.envint.2016.05.032>

PersC Communicatie B.V. (n.d.). ProActief Vastgoed - Projecten. *ProActief Vastgoed*. Retrieved 2 May 2021, from [http://www.proactiefvastgoed.nl/18\\_2/projecten.html](http://www.proactiefvastgoed.nl/18_2/projecten.html)

Rosian, A., & Pustjens, M. (2020, January). *Wijkwinkelcentra succesvol ondanks online winkelen*. *Colliers international*. <https://www.colliers.com/nl-nl/research/20200118wijkwinkelcentra>

Schuman, T. (1981). *Form and Counterform: Architecture in a Non-Heroic Age*. *JAE*, 35(1), 2. <https://doi.org/10.2307/1424573>

Stanek, Ł. (2011). Henri Lefebvre on Space: Architecture, Urban Research, and the Production of Theory (NED-New edition). University of Minnesota Press.

Stevenson, A. and Waite, M. (2011) *Concise Oxford English Dictionary*, Oxford: Oxford University Press.

UN Habitat. 2013. *Global Public Space Toolkit From Global Principles to Local Policies and Practice*. Nairobi: United Nations Human Settlements Programme.

Van der Linden, H. (2020, September 26). *Relatietherapie voor het winkelcentrum*. *Blauwe Kamer*, 3, 21–33.

van der Woud, A. (1983). *Het Nieuwe Bouwen : Internationaal / International*. Delft University Press.  
Van Dijk. (2009). *Revitalisering Hof van Spaland*. *werkenmetvandijk.nl*. Retrieved October 28, 2022, from [https://www.werkenmetvandijk.nl/index\\_bestanden/Revitalisering\\_Hof\\_van\\_Spaland.html](https://www.werkenmetvandijk.nl/index_bestanden/Revitalisering_Hof_van_Spaland.html)

van Walsum, J. (2010). Het "belevingsdenken" als benadering voor herpositionering binnenstedelijke winkelcentra. In K. de Bruijn, & W. Wildhagen (Eds.), *Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2009/2010* (pp. 301–303). *NRIT Onderzoek*.

Vermes, T. (2015, March 9). [Image of participatory design process]. *Landezine.Com*. <https://landezine.com/teleki-square-by-ujirany-landscape-architect/>

Wang, B. L. (2020, February 6). Sankt Kjelds Square and Bryggervangen. *Inhabitat - Green Design, Innovation, Architecture, Green Building | Green Design & Innovation for a Better World*. <https://inhabitat.com/climate-adaptive-park-in-copenhagen-wins-arne-of-the-year-award/sankt-kjelds-square-and-bryggervangen-sla-2/>

Waterweg Actueel. (2020, February 27). *SLOOP HOF VAN SPALAND SCHIEDAM LIJKT GEEN POPULAIRE OPTIE*. *Schiedams Nieuws*. <https://www.schiedamsnieuws.nl/sloop-hof-van-spaland-schiedam-lijkt-geen-populaire-optie/>

Winter, K., Brown, D. S., Shiffman, R., Plattus, A., Plater-Zyberk, E., Koetter, F., & Kieran, S. (1999). *Public and Private Space*. *Perspecta*, 30, 92–97. <https://doi.org/10.2307/1567234>

Zuccaro Marchi, L. (2017). Victor Gruen: the environmental Heart. *The Journal of Public Space*, 2(2), 75. <https://doi.org/10.5204/jps.v2i2.94>



