



Leiden

Identiteitskompas

Het Leidse stationsgebied van de toekomst:
wat voor gebied willen we zijn en voor wie?



Stationsgebied Leiden.

Een plek van....

Dit identiteitskompas beschrijft het karakter van het stationsgebied Leiden in de toekomst. Het identiteitskompas geeft richting aan alle toekomstige ontwikkelingen in het stationsgebied. Het is het kompas voor de gebiedsontwikkeling, het cement voor de gebiedsvisie en de basis voor de marketing en communicatie van het gebied.

Om te komen tot het karakter van het stationsgebied van de toekomst, is het

belangrijk om te kijken naar wat voor plek het stationsgebied door de decennia heen is geweest. Wat voor plek was het vroeger? Wat zijn de karakteristieke elementen uit de geschiedenis? Wat kenmerkt het stationsgebied vandaag de dag? En wat voor plek wordt het stationsgebied in de toekomst?

Dit resulteert in een sfeerbeschrijving van het stationsgebied van vroeger, van nu en van de

toekomst. De sfeerbeschrijving van de toekomst bestaat uit vijf elementen:

1. De verhaallijnen
2. De gebiedswaarden
3. De gebiedskwaliteiten
4. De belofte
5. Het gebiedsverhaal

Ook brengt dit identiteitskompas in beeld wat de belangrijkste doelgroepen van het stationsgebied van de toekomst worden.



Het stationsgebied van vroeger

Het stationsgebied Leiden was een plek van ontmoeten. Het station, gebouwd op de duinwallen, werd in 1843 geopend en lag aan de 'Oude Lijn' tussen Amsterdam en Rotterdam. Het station werd dezelfde eeuw nog vervangen door een nieuw station. Je bereikte het station destijds via de lommerrijke, statige Rijsburgerweg. Het stationsgebied zelf was ook groen en had het voorkomen van een plantsoen. Aan het stationsplein lag het gezellige Koffiehuis Zomerzorg waar je heerlijk kon zitten. Het groen van het stationsgebied waaierte uit

naar de Rijsburgersingel, de Morssingel en de Stationsweg. Hier, onder de bomen, flaneerde de Leidenaar van toen en ontmoette hij of zij andere Leidenaren.

Leiden, en het stationsgebied in het bijzonder, was een plek van passanten. Passanten die overal vandaan kwamen, werden gastvrij ontvangen. Gevluchte lakenmakers, Pilgrim Fathers, arbeiders, wetenschappers, studenten en Nobelprijswinnaars vonden allemaal de weg naar Leiden. Al in de 17e eeuw trok de universiteit studenten aan uit

heel Noord-Europa. Al deze mensen lieten hun sporen na in de stad. Soms waren die sporen groot en indrukwekkend, soms klein en bescheiden. Maar al deze ontmoetingen zorgden voor de bloei van kennis en cultuur in de stad. Het stationsgebied was voor deze passanten vaak de eerste kennismaking met Leiden. Hier kwamen ze aan. Hier werden de Leidenaar en de passant met elkaar verbonden. Hier ontmoetten ze elkaar.



Wie zijn hier allemaal geweest? Wie hebben allemaal hun sporen nagelaten in Leiden?

Het is een mooie rij namen: Ramses Shaffy, Mahler, Einstein, Armin van Buuren, Magdalena Moons, Freud, Rembrandt, Boerhaave, Jochem Myjer, Jan Wolkers en Ionica Smeets. Er zullen vele verrassende ontmoetingen zijn geweest, maar nog belangrijker voor Leiden is dat we ook over de tijd heen verbindingen kunnen maken. Een fraai voorbeeld is het beeld 'Ode aan Rembrandt'

dat Jan Wolkers heeft gemaakt en dat een plek heeft gekregen in het stationsgebied. Ook werden en worden kunstenaars en wetenschappers geïnspireerd door hun briljante voorgangers. Rembrandt en Lorentz wezen met hun experimenten anderen als Steen, Lievens en Einstein de weg. De voorbeelden zijn eindeloos.



Aan het eind van de 19e eeuw transformeerde het stationsgebied. De stad groeide. Het stationsgebied werd een stationswijk met veel bedrijvigheid en woningen. Met name de chique Rijnsburgerweg werd een representatieve vestigingsplek voor welgestelden. In het stationsgebied werd het drukker en drukker. Het werd een plek van verkeersstromen en het centrum van het openbaar vervoer. Naast de trein was de Blauwe Tram van 1925 tot in de jaren '60 een fenomeen. Deze tram verbond de stad met de kust. Tot op de dag van vandaag heeft het stationsgebied dit functionele karakter behouden. Het station zelf is drie keer gerenoveerd. Het huidige station is opgeleverd in 1996.

WIST JE DAT:

Stationsgebied Leiden vroeger op grondgebied van Oegstgeest lag?

Vandaag de dag vervult Leiden een steeds prominentere rol in de regio. Het stationsgebied is de drukste plek van de stad. De groei van de economie, het aantal inwoners en bezoekers, en de ontwikkeling van het Leiden Bio Science Park resulteren in meer en meer bedrijvigheid in de stad en in het stationsgebied. Van het knooppunt maken dagelijks ruim 100.000 reizigers gebruik, naast de mensen die zich in het stationsgebied zelf begeven. Leiden Centraal Station is het zesde station van Nederland en verbindt de stad met de regio, met Nederland en de wereld. Dit biedt veel kansen voor Leiden. Nog altijd is het stationsgebied een plek van passanten. Passanten die in Leiden hun reis beginnen naar de rest van Nederland of de wereld. En passanten die hun reis hier besluiten omdat ze in Leiden wonen, werken, studeren of hun vrije tijd doorbrengen.

Door de toename van bedrijvigheid is het stationsgebied in de afgelopen eeuw minder aantrekkelijk geworden. Hoewel er nog steeds wordt gewoond en gewerkt, heeft het stationsgebied steeds meer het aanzien van een vervoersknooppunt gekregen. Functioneel, rommelig en versteend. Een onpersoonlijke plek die niet uitnodigt om te blijven. Er heerst een gehaaste sfeer met enkel ruimte voor vluchtige ontmoetingen. Daarnaast is het station een barrière geworden die de stad splitst en twee bijzondere gebieden van elkaar scheidt: de historische binnenstad en het innovatieve, internationale Leiden Bio Science Park.

Dat is niet hoe het stationsgebied van de toekomst er uit moet zien. Het station moet juist weer een aantrekkelijk, gastvrije entree worden. Een schakel tussen de historische cultuur in de binnenstad en de internationale kennis van het Bio Science Park. Een plek waar je graag bent.



Het stationsgebied van vandaag...

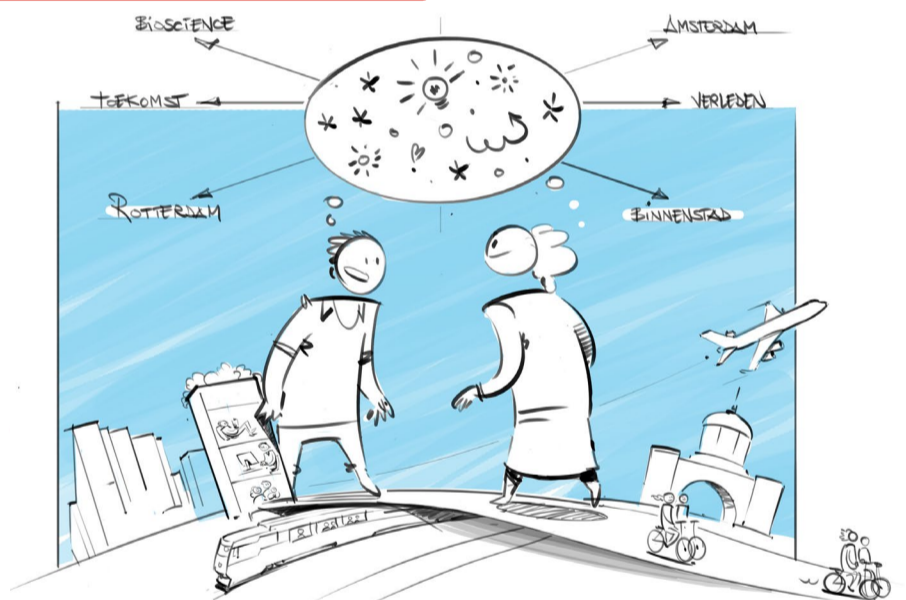
Het stationsgebied van de toekomst

Het nieuwe stationsgebied is een geliefde plek in de stad. Het is een **plek van verbinding, ontmoeting en vergroening**. Dit zijn de drie verhaallijnen die beleefbaar zijn in het stationsgebied van de toekomst. De drie verhaallijnen vormen de belangrijkste

thema's van het toekomstige stationsgebied. En dat is geen toeval. Deze verhaallijnen sluiten aan bij het karakter van het stationsgebied door de jaren heen én bij de ambities voor de toekomst

Het nieuwe stationsgebied is een plek van....

VERBINDING



ONTMOETING



VERGROENING



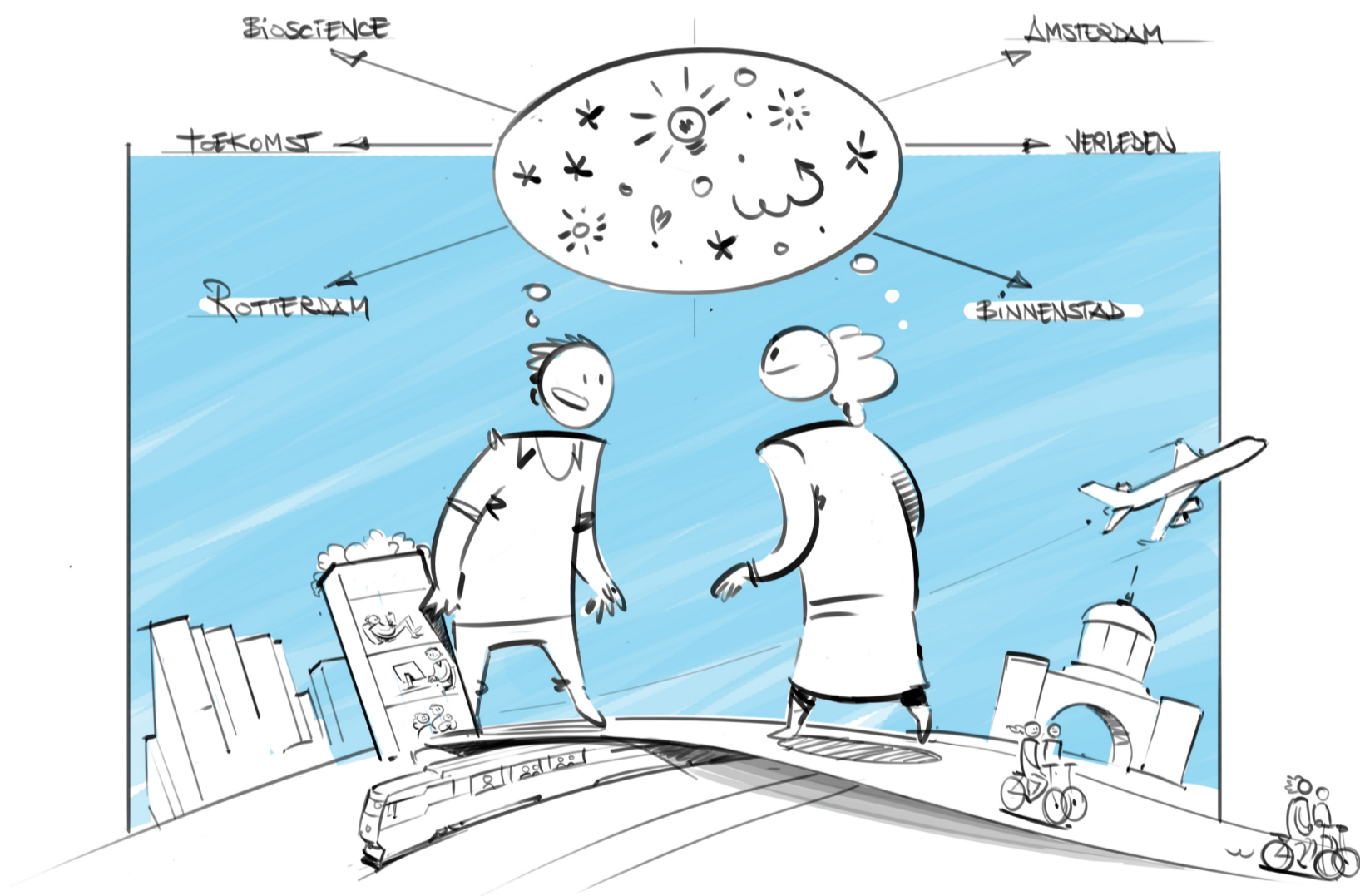
VERHAALLIJN PLEK VAN VERBINDING

Het stationsgebied Leiden verbindt. Het verbindt mensen die elkaar hier ontmoeten. Voor de uitwisseling van kennis en ideeën, of voor de gezelligheid. Hier kun je alles: wonen, werken, ontspannen en reizen. Ook verbindt het de binnenstad met het Leiden Bio Science Park. Het stationsgebied maakt de stad tot een geheel en verbindt het verleden, heden en de toekomst, waarbij de 'oude' kennis en cultuur in de binnenstad de basis

vormt voor nieuwe toepassingen in het Bio Science Park. Door de compactheid van de stad Leiden ervaar je deze verbinding op loopafstand.

Ook verbindt het stationsgebied de stad Leiden met de regio, met Nederland en met de wereld. Verschillende vervoersstromen komen hier organisch samen, met een compleet en duurzaam mobiliteitsknooppunt als resultaat. En het

stationsgebied verbindt groot met klein: woon- en kantoorreus met internationale allure worden verbonden met gastvrije ontmoetingsplekken. Hierdoor voelt het stationsgebied vertrouwd en laagdrempelig, passend bij de compacte stad Leiden. Maar het stationsgebied verbindt vooral de Leidenaren met elkaar. Door een gevoel van hernieuwde trots op dit levendige stukje stad.



WIST JE DAT:
Stationsgebied Leiden
ook de ontmoetingsplek
van de huismus is?

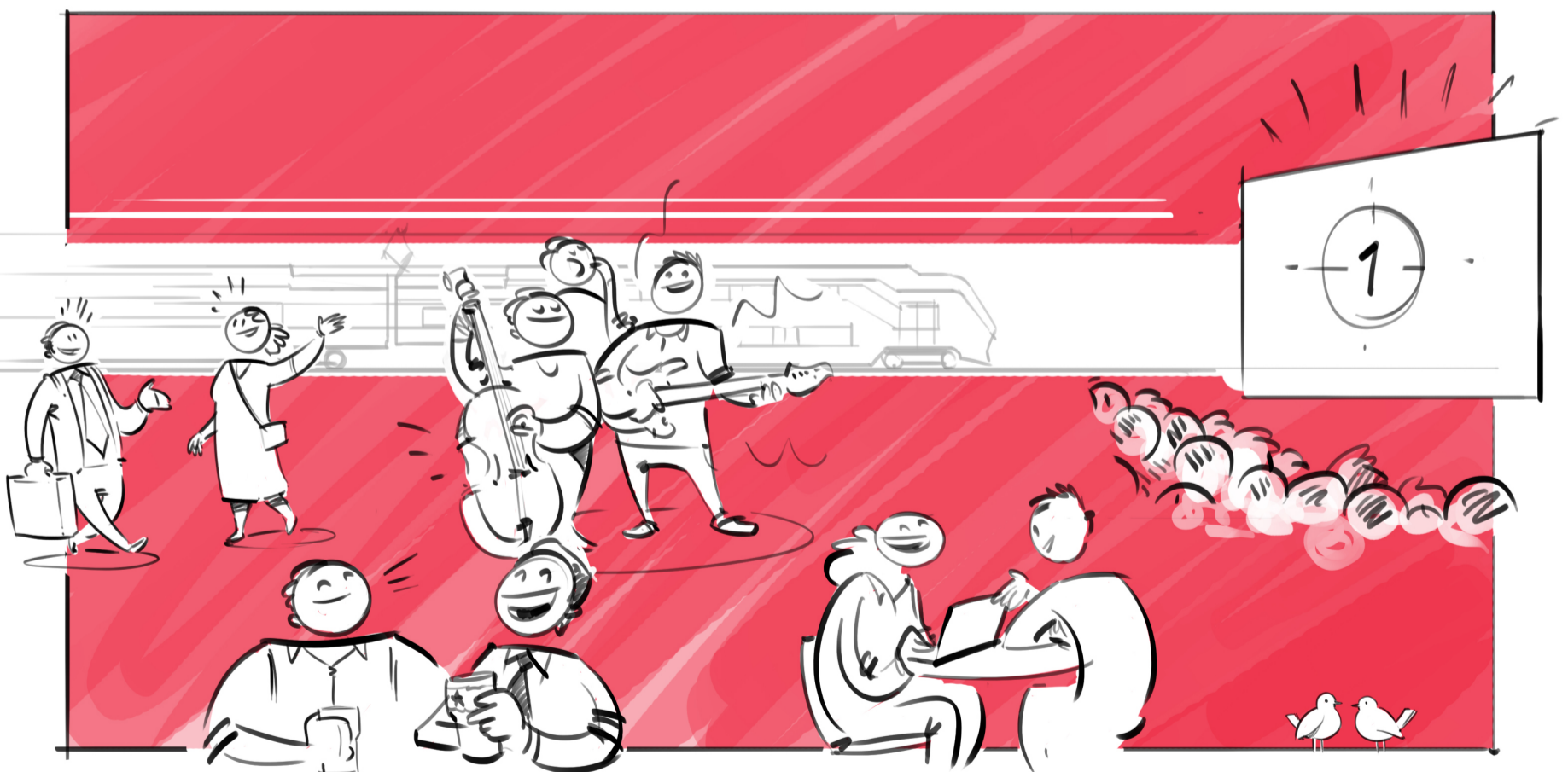
VERHAALLIJN PLEK VAN ONTMOETING

Het stationsgebied Leiden staat voor ontmoeten. Bewust en spontaan. Vluchtig en lang. Tussen nieuwe en oude Leidenaren, woonachtig in de stad of in het stationsgebied zelf. En tussen passanten, zoals studenten, kantoormedewerkers, reizigers en bezoekers van de voorzieningen. Wie je ook bent en waar je ook vandaan komt, in het stationsgebied word je

gastvrij ontvangen. De sfeer is warm, gezellig en levendig. Dat komt mede door de verscheidenheid aan hoogwaardige voorzieningen en functies op de stationspleinen aan weerszijden van het station. Hier is altijd iets te doen en het is makkelijk om iemand te ontmoeten. Maar ook ontstaan spontane ontmoetingen tussen de duizenden passanten die dagelijks

gebruik maken van alle vervoersmogelijkheden rondom het station.

Als stad van internationale kennis heeft Leiden nieuwe mensen altijd vriendelijk ontvangen. Juist in het stationsgebied van de toekomst treedt de warme, gastvrije Leidenaar een ander open en hartelijk tegemoet.



VERHAALLIJN PLEK VAN VERGROENING

Het stationsgebied is groen. Letterlijk door de aanwezigheid van stedelijk groen. En figuurlijk door het gebruik van duurzame toepassingen. In het stationsgebied kun je wonen, werken en ontspannen in een duurzame, groene hoogstedelijke leefomgeving. Hier word je verrast door de duurzame wijze van energieopwekking, de duurzame vervoersmogelijkheden en duurzame horeca- en retailconcepten

waar gezondheid centraal staat. Hier geniet je van stedelijk groen in de straten, op de pleinen en in de bebouwing. Op innovatieve wijze worden deze vergroend. Denk aan verticaal groen, daktuinen en geveltuintjes. In het stationsgebied is het heerlijk flaneren tussen dit stedelijk groen. Vanuit hier waaiert het groen uit naar de andere stadsdelen en wordt de passant en de Leidenaar

uitgenodigd om ook andere stadsdelen te ontdekken.

Kortom: In het stationsgebied is het veilig, duurzaam, gezond en groen. In het stationsgebied denken en handelen we duurzaam. Dat geldt voor de inrichting van de openbare ruimte, de bebouwing, de vervoersstromen en het aanbod aan voorzieningen.



Identiteit van stationsgebied in relatie tot de stad Leiden.

Het stationsgebied van de toekomst is een geliefde plek in de stad. Daarnaast is het stationsgebied het visitekaartje dat laat zien waar Leiden goed in is. Maar over wat voor stad hebben we het dan?

Leiden is een historische universiteitsstad waar talent de ruimte krijgt om zich te ontplooiën. Om zo een bijdrage te leveren aan de stad. Vroeger, maar ook nu! Leiden werd in de 16e eeuw een kennisstad. Willem van Oranje schonk de stad een universiteit als dank voor het dappere verzet tegen de Spanjaarden. Ieder jaar wordt op 3 oktober dit verzet nog groots gevierd, ook in het stationsgebied. Maar het vorstelijk cadeau heeft Leiden vooral haar gezicht gegeven. De universiteit was de bron van kennis en

cultuur die Leiden zo uniek maakt. Trots en dankbaar staan we op de schouders van reuzen als Einstein, Rembrandt, Lorentz en Boerhaave die hun bijdrage hebben geleverd aan **Leiden als stad van Kennis & Cultuur, een stad van ontdekkingen**. Hun ontdekkingen zijn de gestolde innovaties waarop Leiden zich blijft vernieuwen. De gebruikers van het stationsgebied worden uitgenodigd om hiervan kennis te nemen, maar bovenal bij te dragen aan deze vernieuwing. Als plek van ontmoeting en verbinding is het stationsgebied dé plek voor een (internationale) samenkomst van trotse Leidenaren en innovatieve denkers en talenten op het gebied van wetenschap en kunst.

Daarnaast is Leiden een **compacte stad**. Waar verschillende plekken in de stad, waaronder het stationsgebied, een hoogstedelijk en dynamisch leefmilieu kennen, blijft de **menselijke maat** voelbaar. Enerzijds door de vriendelijke, gastvrije en toegankelijke Leidenaar. Anderzijds doordat in Leiden alles dichtbij is. Je vindt hier op loopafstand een divers aanbod van cultuur, horeca, winkels, zorg en kennisinstellingen. Dit samen maakt dat Leiden een comfortabele, overzichtelijke stad is waar je je niet snel verloren voelt. En het stationsgebied van Leiden is hierdoor anders dan andere stationsgebieden. Het gebied is gastvrij, vriendelijk, toegankelijk en nodigt je als verbindende plek eenvoudig uit om andere delen van deze compacte stad te ontdekken.



De gebiedswaarden

Op basis van de verhaallijnen onderscheiden we vijf gebiedswaarden voor het stationsgebied van de toekomst. De gebiedswaarden zijn de belangrijkste (emotionele) waarden die gehecht worden aan het stationsgebied.

Ze zijn voelbaar en zichtbaar in het stationsgebied. Deze waarden geven richting aan beleid, toekomstige ontwikkelingen, de marketing en communicatie.



bruisend

Het stationsgebied is een bruisend gebied. Er heerst een hoogstedelijke en dynamische leefomgeving waar altijd iets te doen is. Het is hier levendig, gezellig en er is veel bedrijvigheid.



groen

Het stationsgebied voelt groen. Letterlijk, in de vorm van stedelijk groen op de pleinen, in de straten en in de bebouwing. En figuurlijk, in de zin van duurzaamheid, gezondheid en veiligheid. Hergebruik van historische gebouwen, circulariteit, duurzame energie en mobiliteit, klimaatadaptie en biodiversiteit, en vitaliteit staan hoog in het vaandel in het stationsgebied van de toekomst. In het stationsgebied denken en handelen we groen en duurzaam.



innovatief

Het stationsgebied is vooruitstrevend. We ontwikkelen, werken, reizen en leven hier met (behulp van) de nieuwste technieken. Dit doen we niet door het wiel opnieuw uit te vinden, maar door te leunen op de bewezen innovaties van onze voorvaders. Zoals we in Leiden gewend zijn. In het stationsgebied denken en handelen we innovatief. Daar waar het kan en daar waar het moet. Zo maken we het stationsgebied toekomstbestendig.

gastvrij

Het stationsgebied is gastvrij. Iedereen voelt zich welkom door de open en vriendelijke houding van de Leidenaar, de comfortabele openbare ruimte die je verleidt om verder het gebied en de stad in te trekken, en de veelvoud aan voorzieningen. Het stationsgebied verwelkomt je.



hoogwaardig

Het stationsgebied staat voor topkwaliteit. Alles wat hier wordt ontwikkeld en georganiseerd, is toonaangevend en hoogwaardig: de gebouwen zijn toekomstbestendig, de inrichting van de openbare ruimte is van goede kwaliteit, het openbaar vervoer is zeer gebruiksvriendelijk en in de voorzieningen, het aanbod en de dienstverlening staat service voor op.



De gebiedskwaliteiten

De gebiedskwaliteiten zijn de (fysieke) sterke punten van het stationsgebied waarmee het stationsgebied zich kan profileren richting de doelgroepen. Op deze kwaliteiten moet worden geïnvesteerd om verder te versterken.

Daarnaast zetten we deze gebiedskwaliteiten 'in de etalage' en benadrukken we ze in de communicatie en marketing van het stationsgebied.



stationspleinen

Het station Leiden kent geen voor- en achterkant. Aan beide kanten van het station nodigt een stationsplein je uit om in het stationsgebied te verblijven én om de stad verder te ontdekken. De stationspleinen maken het stationsgebied een unieke, bruisende ontmoetingsplek.



mobiteitsknooppunt

Stationsgebied Leiden biedt een compleet aanbod aan mobiliteit. Hoogwaardige vormen van mobiliteit die gestructureerd in elkaar overlopen vormen het centrum van het stationsgebied: een OV-knooppunt dat in verbinding staat met de regio, Nederland en de wereld, gericht op trein, bus, taxi, fietsers en voetgangers. Het mobiliteitsknooppunt zorgt voor een natuurlijk komen en gaan van passanten en fungeert daarmee als plek van ontmoeten en verbinding.



ligging in compacte stad

Stationsgebied Leiden ligt in de compacte stad Leiden. In deze 'walkable city' is een groot en gevarieerd aanbod op loopafstand bereikbaar vanaf het stationsgebied. Het stationsgebied verbindt deze compacte stad tot 1 geheel. De compacte stad zorgt ook voor een menselijke maat: zowel in de stad als in het stationsgebied voelen bezoekers zich welkom en veilig, en vinden zij gemakkelijk de weg.



blend van functies

In het stationsgebied is altijd wat te doen door de organische functiemening en het intensieve ruimtegebruik. In het stationsgebied is een diversiteit aan voorzieningen op het gebied van wonen, werken, vrije tijd en reizen. Deze lopen natuurlijk in elkaar over en maken het stationsgebied een bruisend verblijfsgebied.

NB: uitgangspunt is dat het stationsgebied complementair is op de binnenstad. De voorzieningen in het stationsgebied dienen niet te concurreren met de binnenstad.

De belofte

Op basis van de verhaallijnen, de gebiedswaarden en - kwaliteiten komen we tot de belangrijkste belofte die we de doelgroepen doen. Deze belofte hoeft niet letterlijk

gebruikt te worden in communicatiemiddelen, maar we spreken met elkaar af dat dit de kernboodschap is die we over het stationsgebied vertellen.

GEBIEDSWAARDEN

Het Leidse stationsgebied is een bruisende en hoogwaardige verblijfsplek waar verbinding, ontmoeting en vergroening centraal staat, te midden in de compacte stad Leiden. Het mobiliteitsknooppunt, de stationspleinen en de diversiteit aan functies vormen een gastvrije ontvangst voor verblijvers en passanten, en brengen hen met elkaar en de stad in verbinding.

GEBIEDSKWALITEITEN

Het gebiedsverhaal van het stationsgebied van de toekomst

Algemeen

Stationsgebied Leiden is voor veel partijen een gewilde plek. Als plek van verbinding, ontmoeting en vergroening is stationsgebied Leiden de entree en het visitekaartje van Leiden. Stationsgebied Leiden biedt een gastvrije ontvangst en laat zien wat de stad Leiden bijzonder maakt. Met de twee stationspleinen aan weerszijden van het station, verbindt het stationsgebied de historische binnenstad en het innovatieve moderne Leiden Bio Science Park met elkaar. De stationspleinen ontvangen de bezoekers gastvrij en verleiden hen om de compacte stad Leiden vanuit hier te voet te ontdekken. Cultuur-historisch aanbod en indrukwekkende innovaties liggen binnen handbereik. Maar het stationsgebied biedt als bruisend innovatief verblijfsgebied ook genoeg om hier te blijven. Natuurlijk is het stationsgebied het hoogwaardige mobiliteitsknooppunt van de stad, die Leiden verbindt met de regio, de Randstad, Nederland en zelfs de wereld. Het staat daarom voorop dat het stationsgebied een functionele en veilige plek is voor iedereen die zijn reis hier begint of eindigt. Maar het stationsgebied van de toekomst is meer dan een functionele plek. Het is een nieuwe plek in de stad waar je graag wil verblijven. Om te wonen, te werken, kennis uit te wisselen of te ontspannen. Als passant, maar juist ook als verblijver.

Stationsgebied: een plek om te wonen

Wonen in het stationsgebied betekent kiezen voor een dynamische, bruisende en persoonlijke leefomgeving. Het stationsgebied kent een grote variatie aan deelgebieden en

plekken om te wonen: rondom levendige publieksruimtes, in stadstraatjes, aan de Singel of in de hoogte. Maar de drukte is nooit ver weg: vanuit je (nieuwbouw)woning stap je zo in een wereld die zowel overdag als in de avonden leeft en bruist van energie. Overdag vormt het stationsgebied een ontmoetingsplek waar jong potentieel, knappe koppen en innovatieve denkers met elkaar worden verbonden in de kantoren, de creatieve werkplekken of horeca. 's Avonds biedt het een veilige thuishaven voor starters, jonge gezinnen of mensen jong van geest. Met name de mix aan functies en voorzieningen op de stationspleinen zorgt ervoor dat er altijd iets te doen is en er gelegenheid is om elkaar – spontaan of bewust - te ontmoeten. In de bioscoop, restaurant of kroeg, of tijdens een rondje wandelen. Zo krijgt iedereen de kans om zich optimaal te ontplooiën en het beste uit het leven te halen.

Kwaliteit van leven staat voorop in het stationsgebied. Als plek van vergroening woon je hier gezond en duurzaam. De hoogwaardige woningen zijn voorzien van duurzame energie en bouwmaterialen, en van innovatief groen. In de horeca geniet je van gezond, verantwoord eten. En in de straten en op de pleinen is het fijn flaneren tussen het stedelijk groen. Het stationsgebied is autoluw, de trein is binnen handbereik! Wonen aan het station maakt je wereld een stuk groter én duurzamer tegelijkertijd. Met de aanwezigheid van een compleet mobiliteitsknooppunt ligt de wereld aan je voeten en Amsterdam, Utrecht en Rotterdam liggen binnen handbereik. Of loop Leiden

in en ontdek wat je eigen stad allemaal te bieden heeft: in deze compacte stad vind je op loopafstand alles wat je zoekt.

Stationsgebied: een plek om te ondernemen, werken en kennis te delen

Stationsgebied Leiden is een toplocatie voor innovatieve, duurzame bedrijvigheid. Voor zowel kleine ondernemingen als grote bedrijven. Eén van de stationspleinen verbindt het stationsgebied met het Leiden Bio Science Park. Hier wordt iedere dag gewerkt aan innovatieve en duurzame oplossingen waar de wereld van vandaag mee verder kan. Dit hoogwaardige en innovatieve karakter ademt het stationsgebied uit.

Stationsgebied Leiden is als hoogwaardig mobiliteitsknooppunt een goed bereikbare plek met goede verbindingen met de rest van de wereld. Dit betekent een groot bedieningsgebied met klandizie vanuit de wijdere omtrek. Grote kantoren/ondernemingen worden door werknemers gezien als een aantrekkelijke en goed bereikbare werkgever. Werkgevers profiteren op hun beurt van de aanwezigheid van een grote groep jong en hoog opgeleid potentieel in deze internationale Kennisstad. Als plek van ontmoeting en verbinding biedt het stationsgebied volop mogelijkheden om kennis en ideeën uit te wisselen: in de kantoren, creatieve flexwerkplekken of gastvrije horeca ontmoeten en inspireren de kenniswerkers en talenten elkaar. Het stationsgebied is een zeer geschikte plek om het nieuwe werken in de praktijk te brengen!

Deze bedrijvigheid trekt op haar beurt veel middelgrote en kleine (lokale) creatieve makers en ondernemers aan. Zij profiteren graag van de aanwezigheid van deze innovatieve denkers en van de eigenzinnige bewoners die graag nieuwe, stedelijke concepten ontdekken. Met stationsgebied Leiden als vestigingsplaats kom je als grote én kleine ondernemer terecht in een bruisend en levendig gebied waar het altijd druk is met bezoekers en passanten. Hierdoor is er een sterke afzetmarkt voor makers, ondernemers en retailers.

Al deze bedrijvigheid biedt comfort en gemak aan de kenniswerkers en talenten: er is altijd een broodje te halen bij de bakker op de hoek of na werktijd een terrasje te pikken bij een gezellig café op één van de stationspleinen of in de binnenstad om de hoek. Ook nodigen de Leidse stadstraatjes en pleinen in het stationsgebied je uit om te flaneren tussen het stedelijk groen, terwijl je inspiratie opdoet voor nieuwe ideeën. Kortom: in het stationsgebied voel je je welkom, als ondernemer, werkgever, kenniswerker én aanstormend talent.

Vestigen in stationsgebied Leiden vraagt om duurzaam denken en doen. Als plek van vergroening én door onderdeel te zijn van de duurzaamste kilometer, hebben bedrijven en organisaties in het stationsgebied oog voor

groen, gezondheid en duurzaamheid. Door als bedrijf te vestigen in het stationsgebied, word je onderdeel van een ecosysteem van duurzaam ondernemerschap. Hierin ontdekken bedrijven en organisaties samen hoe zij op innovatieve wijze elkaar kunnen versterken om duurzaam te ondernemen.

Stationsgebied: een plek om te ontspannen

Stationsgebied Leiden is een echte verblijfsplek waar een mix aan voorzieningen het gebied overdag en in de avonduren levendig en bruisend houdt. Niet alleen voor bewoners en bezoekers, maar ook voor reizigers die hun overstaptijd kwalitatief goed benutten en nét even langer willen blijven. Met al deze voorzieningen biedt het stationsgebied Leiden volop mogelijkheden om te verblijven en te ontmoeten. Vooral de twee stationspleinen aan beide zijden van het station nodigen je uit voor een hapje, een drankje en vermaak. Hier spreek je bewust af met vrienden, of ontmoet je spontaan een vriendelijke Leidenaar die trots over haar stad vertelt. In het stationsgebied sta je in verbinding met anderen en geniet je van topkwaliteit! De vele voorzieningen en gastvrije houding van de Leidenaar zorgen ervoor dat je je welkom voelt in het stationsgebied. Hier ga je graag naartoe, ook als je geen gebruik hoeft te maken van het openbaar vervoer in het hoogwaardige mobiliteitsknooppunt. Door

dit knooppunt staat Leiden in verbinding met de regio en de Randstad, waardoor het stationsgebied eenvoudig te bereiken is voor een gezellig avondje uit.

Het stationsgebied nodigt ook uit om fijn te wandelen. In het stationsgebied zijn straten, pleinen en bebouwing verrijkt met stedelijk groen. Geniet van het verticaal groen, de daktuinen en geveltuintjes. Of zit op een van de bankjes en laat je verrassen door een spontaan praatje. Vanuit het stationsgebied waaiert het groen uit naar de andere stadsdelen en word je uitgenodigd om ook andere delen van de compacte stad Leiden te ontdekken. Alles wat je zoekt, ligt op loopafstand van het stationsgebied.

Kortom

Het Leidse stationsgebied is een bruisende en hoogwaardige verblijfsplek waar ontmoeting en verbinding centraal staan, midden in de compacte stad Leiden. Een levendige plek waar je wilt verblijven in plaats van er snel doorheen razen. Velen zullen stationsgebied Leiden gaan zien als de ontdekking van Leiden. Het stationsgebied van de toekomst verbindt de Leidenaren door hun gedeelde trots op dit nieuwe stukje stad, dat ook in de regio en het land wordt gezien als een plek van betekenis!

Voor wie ontwikkelen we?

Kijken we naar de doelgroepen die op een dag het stationsgebied Leiden passeren, dan levert dit een divers beeld op: reizigers, bewoners, kenniswerkers, talenten, bezoekers, ondernemers, werkgevers etc. Het ontwikkelen van een gebied met eenduidige identiteit die past bij al deze groepen van passanten en (permanente) verblijvers zou een onmogelijke taak zijn en schiet zijn doel voorbij. Om

die reden kiezen we voor een strategische afbakening van doelgroepen die drieledig is:

1. Verblijven staat centraal
2. Belevingswerelden als uitgangspunt voor bewoners, bezoekers, kenniswerkers en talenten (consumenten)
3. Gedeelde kenmerken als uitgangspunten voor bedrijven en organisaties (business)

Hieronder worden de uitgangspunten verder toegelicht.

1 VERBLIJVEN STAAT CENTRAAL

Hoewel stationsgebied Leiden een mobiliteitsknooppunt is en deze mobiliteitsfunctie essentieel is voor het gebied, is de primaire ambitie voor stationsgebied Leiden het creëren van een **verblijfsplek** en een **visitekaartje voor de stad**. De doelgroep die we met name willen raken met de gebiedsontwikkeling en gewenste identiteit zijn mensen/partijen die een verblijfsdoel hebben: voor een uur, een dag, een week

of permanent. Het zijn mensen/partijen die aangetrokken worden om het gebied 'te vullen' en zorgdragen voor het ontstaan van de nieuwe identiteit. Vanuit dit uitgangspunt zijn passanten als reizigers geen primaire doelgroep. De duizenden reizigers per dag gebruiken het stationsgebied voor de mobiliteitsfunctie. Het stationsgebied moet voor hen uitnodigend en comfortabel zijn. Daarbij is het met name de uitdaging om

binnen deze groep passanten, de reizigers die aansluiten bij de nieuwe identiteit, langer vast te houden. Zij moeten worden verleid om een bezoeker van het stationsgebied te worden. Zij moeten het stationsgebied gaan zien als een verblijfsplek, in plaats van een functionele plek. Op basis hiervan staan er zes doelgroepen centraal in de sfeerbeschrijving van de toekomst:

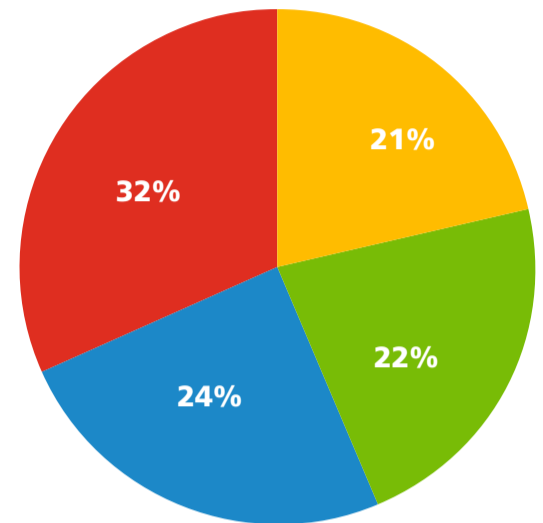


2 BELEVINGSWERELDEN ALS UITGANGSPUNT

Het stationsgebied moet een plek worden voor **alle Leidenaren, ongeacht leeftijd en sociaaleconomische klasse**. Dit is gebleken tijdens de verschillende gesprekken met de stad. Om toch focus aan te brengen in de toekomstige doelgroepen van het stationsgebied, helpt het om de consumenten (bewoners, bezoekers maar ook kenniswerkers en talenten) te duiden op basis

van waarden, interesses en drijfveren: de bewoner, bezoeker, kenniswerker en het talent dat naar het stationsgebied getrokken wordt, wat vinden zij belangrijk in het leven? Hoe wonen zij graag, van welke merken maken zij gebruik en hoe besteden ze graag hun vrije tijd? Welke interesses en motivaties delen zij? Hiervoor maken we gebruik van het BSR-model van MarketResponse.

Verdeling belevingswerelden Leiden



BSR-methodiek

Waar meer traditionele segmentatiemethoden vaak alleen een beschrijving van het (consumptie) gedrag van de doelgroep opleveren, biedt de BSR-methodiek verklaringen voor dit gedrag. BSR geeft inzicht in de achterliggende redenen voor het consumptiegedrag: de behoeften en verwachtingen van individuen. Door de 'belevingswereld' van mensen te leren begrijpen kun je hun gedrag ook beter voorspellen en mogelijk beïnvloeden. Belevingsonderzoek en -segmentatie biedt dus specifieke kansen voor de afstemming van complexe producten - zoals steden,

wijken, nieuwbouwprojecten - op hun doelgroep en uitwerking van communicatieconcepten en campagnes in het kader van branding. Individuen worden volgens de BSR-methodiek van elkaar onderscheiden en groepeerd op basis van een sociale dimensie (individualisme, groepsgeoriënteerde) en psychologische dimensie (intro- of extravertie). Hierdoor ontstaan vier zogenaamde 'belevingswerelden'. Individuen in dezelfde groep/ belevingswereld, delen behoeften, streven gelijksoortige levensdoelen na en vertonen overeenkomstig (consumptie- en woon-) gedrag. In onder-

staand overzicht zijn de meest prominente waarden weergegeven die de verschillende groepen individuen nastreven.

Op basis van deze waarden zijn vier belevingswerelden ontstaan: de rode, blauwe, gele en groene belevingswereld.

De leefstijl staat in zekere zin los van leeftijd, levensfase en sociale klasse. Zo zijn in elke leefstijl hoog- en laagopgeleiden, en alleenstaanden, gezinnen, jongeren en ouderen vertegenwoordigd.

Verder kijkend dan zaken als leeftijd, inkomen en gezinssamenstelling, blijkt de groep bewoners, bezoekers, kenniswerkers en talenten die we willen verleiden om naar stationsgebied Leiden te komen, vooral uit de 'rode' en 'blauwe' belevingswereld te bestaan. Dit blijkt uit de gesprekken met de stad, waarbij deze twee belevingswerelden naadloos aansluiten op de gewenste identiteit van het stationsgebied. Daarnaast zijn deze twee belevingswerelden goed vertegenwoordigd in Leiden, blijktens het cirkeldiagram hiernaast. Het geeft de belevingswereldanalyse voor de stad Leiden weer: hoe zijn de vier belevingswerelden op dit moment vertegenwoordigd in Leiden? Door het stationsgebied te ontwikkelen voor de rode en blauwe belevingswereld, sluit het ook aan op een groot deel van de huidige Leidse bewoners.

Hoewel de BSR-methodiek gericht is op type mensen, zegt het ook iets over het type aanbod van voorzieningen en bedrijvigheid. De keuze voor een belevingswereld vertaalt zich door in de sfeer van het gebied, het woonaanbod, het type voorzieningen en winkels en vice versa. De rode en blauwe bewoners kiezen voor stationsgebied Leiden vanwege de dynamiek in het gebied en niet zozeer alleen het type woning. Dit impliceert de aanwezigheid (en het aantrekken) van een bepaald type voorzieningen en winkels die deze rode en blauwe doelgroep aanspreekt en trekt. Omgekeerd geldt hetzelfde: een specifiek type voorzieningen/winkels wordt aangetrokken door de aanwezigheid van een specifiek type uitstraling en afzetmarkt. Dit geldt met name voor de kleine ondernemingen die een lokaal of stedelijk bedieningsgebied hebben. Grote kantoren

en retailers hebben een meer regionaal verzorgingsgebied. Het aantrekken van deze doelgroep hoeft om die reden niet expliciet gebonden te zijn aan een 'rode en blauwe benadering', maar zal wel bewust kiezen voor het stationsgebied door de kwaliteiten en de waarden waarvoor het gebied staat. Kortom: op basis van deze leefstijlen kunnen ontwikkelaars, architecten, acquisiteurs, communicatieprofessionals, ondernemers en organisatoren gericht ontwikkelen, ontwerpen, programmeren en vermarkten

Hieronder staat een verdere beschrijving van de rode en blauwe belevingswereld.

De rode consument

Consumenten die tot de rode leefstijl horen, beschrijven zichzelf als intelligent, eigenzinnig en zelfbewust. De 'rode consument' is een consument met een vrije geest die vrijheid en onafhankelijkheid erg belangrijk vindt. Voor de rode wereld is er in het leven meer dan alleen werk, het gezin of de buurt. Genieten is een sleutelbegrip, denk aan tijd inruimen voor culturele ontwikkeling en het maken van verre reizen. Vrijheid en flexibiliteit is in de werksituatie dan ook van grote waarde. De rode consument heeft een losse en actieve manier van leven. In marketingtermen geldt rood als een "early adopter" – een consument die graag producten als eerste koopt of gebruikt en niet afwacht totdat iets mainstream is geworden.

Binnen de context van de woningmarkt heeft men vaak een stedelijke oriëntatie (of soms juist het tegenovergestelde: landelijk wonen). De rode doelgroep houdt van dynamiek, diversiteit, drukte en ontplooiën en woont (daarom) per definitie graag in (het centrum van) een grote stad. Dit betekent echter niet dat al deze consumenten in of vlakbij het centrum wonen; men hoeft immers niet stedelijk te wonen om gebruik van het centrum te maken en zich stedelijk te voelen. Voor mensen uit de rode belevingswereld is wonen in de nabijheid van een station belangrijk. De rode doelgroep wil niet vast zitten aan één plek of één stad, maar juist verschillende mogelijkheden tot zijn/haar beschikking hebben, om op elk moment van de dag snel en makkelijk naar een andere plek te kunnen afreizen.

Voor de rode belevingswereld betekent vrije tijd: tijd voor zelfontwikkeling, tijd om nieuwe dingen te beleven, tijd om creatief bezig te zijn en te genieten. Je leven verbreden en geïnspireerd te raken. Hoe? Door bijvoorbeeld culturele activiteiten te ondernemen, een cursus te volgen of vrijwilligerswerk te doen. Of lekker naar buiten. De rode belevingswereld trekt graag zijn eigen plan.

De blauwe consument

In de blauwe wereld staat presteren centraal. Deze groep is over het algemeen zeer ambitieus en ziet een succesvolle carrière als een belangrijk doel in het leven. Hierbij maakt men gebruik van een grote inzet, gebruikmakend van analytische capaciteiten, assertiviteit en intelligentie, maar ook bedachtzaamheid en het maken van weloverwogen beslissingen. Mensen in de blauwe wereld zijn directief ingesteld; men houdt de touwtjes graag in eigen hand. Carrièreplanning is bijvoorbeeld typisch een term voor de blauwe wereld (waartegenover bijvoorbeeld de rode leefstijl van baan wisselt omdat 'iets interessants op hun pad komt' zonder dat daar strategische overwegingen aan ten grondslag hoeven te liggen.)

De blauwe doelgroep houdt ook van de binnenstad maar dan wel op een statusrijke plek of in een statusrijk appartement. Letterlijk en figuurlijk hoog in de toren dus. De grootstedelijke dynamiek en de nabijheid van een station is belangrijk: de wereld ligt aan je voeten! De blauwe wereld houdt van luxe, kwaliteit en is gevoelig voor status. Dat men een succesvolle carrière heeft opgebouwd mag immers best getoond worden. Dit betekent niet dat mensen in de blauwe wereld geen gezin kunnen hebben: het gezinsleven en de carrière gaan hand in hand.

De actieve en strevende levensstijl van de blauwe doelgroep komt ook duidelijk naar voren in de

manier waarop zij hun vrije tijd besteden. Ze staan eigenlijk overal wel voor open, zolang het ze maar op een bepaalde manier prikkelt en goed georganiseerd is. Denk aan het motto "work hard, play hard". Ze trekken er vaak op uit. Bijvoorbeeld door zelf actief te sporten, maar ook om zichzelf te laten verwennen en te genieten van kwalitatief goede activiteiten.

3 GEDEELDE KENMERKEN ALS UITGANGSPUNTEN VOOR BEDRIJVEN EN ORGANISATIES

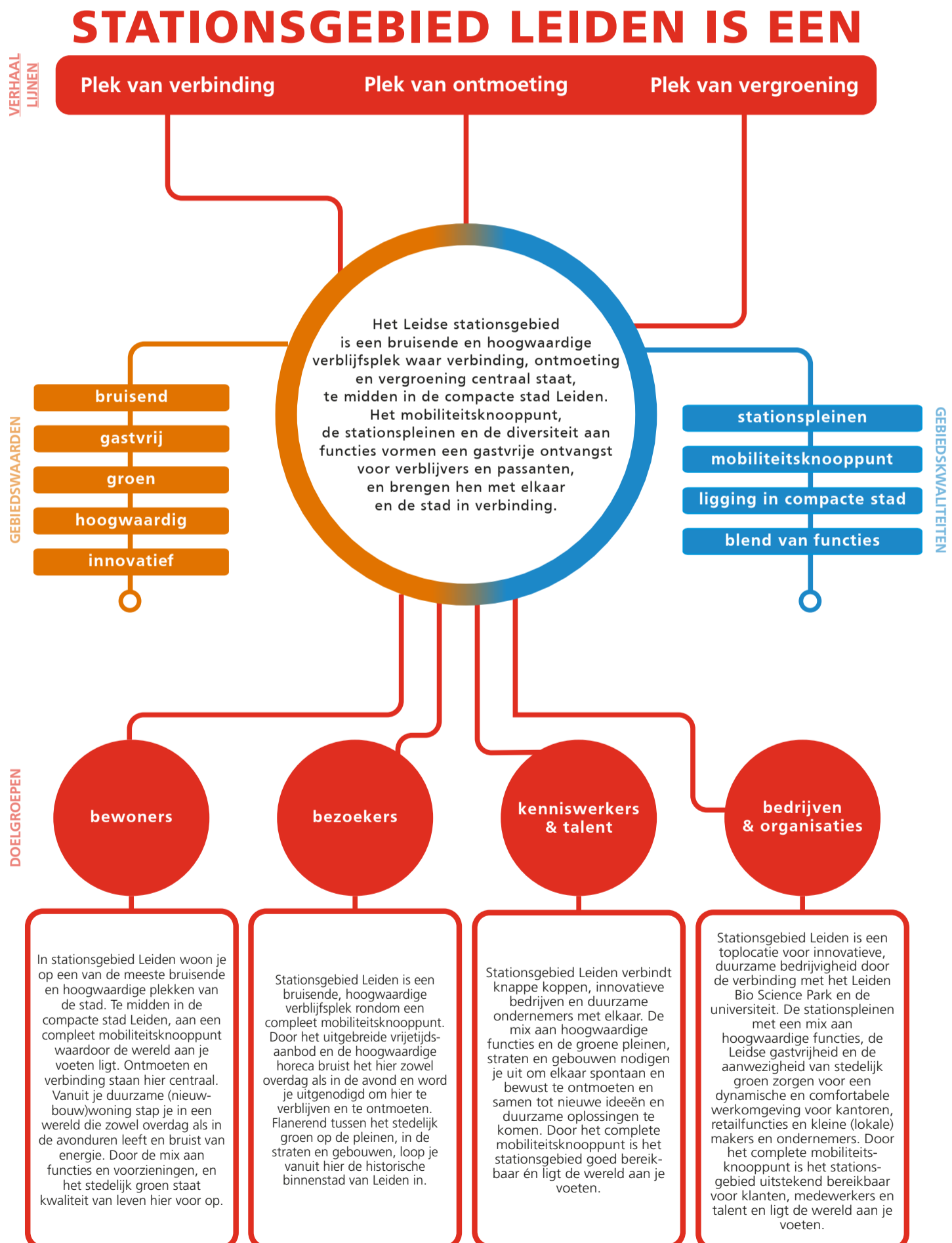
In het stationsgebied Leiden is ruimte voor verschillende soorten bedrijven, ondernemingen en organisaties. We maken hierbij onderscheid tussen grotere bedrijven met een kantoorfunctie (bijvoorbeeld Heineken), grote retailers/leisure organisaties (bijvoorbeeld de nieuwe bioscoop, Jumbo) en kleine (lokale) makers en ondernemers (bijvoorbeeld creatieve hotspots, koffietentjes)

In een gebied dat nog ruim 10 jaar in ontwikkeling is, is het moeilijk vooraf te bepalen welke bedrijven, ondernemingen en organisaties zich zullen vestigen in het stationsgebied. Toch helpt het om te benoemen wat de gedeelde eigenschappen en waarden zijn van de bedrijven en organisaties die passend zijn in het stationsgebied van de toekomst. Zodat gestuurd

kan worden op de acquisitie van bedrijven/organisaties én hierop gericht ontwikkeld wordt. Op basis van de verhaallijnen, gebiedswaarden, gebiedskwaliteiten en gekozen belevingswerelden, komen we uit op de volgende gedeelde eigenschappen en waarden:

	BEDRIJVEN MET KANTOORFUNCTIE	GROTE RETAILERS/ LEISURE ORGANISATIES	KLEINE (LOKALE) MAKERS EN ONDERNEMERS
Aansluiting op kenmerken gebied			
Sluit aan bij de gebiedswaarden van het stationsgebied	x	x	x
Past binnen (een van de) verhaallijnen	x	x	x
Draagt bij aan de functieblend binnen het stationsgebied	x	x	x
Bedrijf/organisatie heeft een open karakter naar de omgeving: interactie, toegankelijk en/of een etalagefunctie naar de omgeving.	x	x	x
Versterkt de gastvrijheidssector		x	x
Versterkt de levendigheid in de plinten en/of op de stationspleinen		x	x
Aansluiting op doelgroep			
Aansprekend voor rode en/of blauwe belevingswereld		x	x
Aansluiting op Leiden			
Core business past bij economische speerpunten Leiden	x		
Organisatie en aanbod past bij de Leidse maat		x	x
Verbinding met de Leidse iconen / (on brand) aanbod			x
Is complementair aan het binnenstedelijk aanbod		x	x
Overig			
Werkzaamheden zijn dienstverlenend	x	x	

Het stationsgebied van de toekomst samengevat



Identiteitskompas

Stationsgebied Leiden

Het identiteitskompas is tot stand gekomen in samenwerking met huidige en toekomstige gebruikers van het stationsgebied. Door middel van een digitale flitspeiling, interviews, workshops en gesprekken met de stad is in gezamenlijkheid het karakter van het stationsgebied Leiden beschreven. De foto's in dit identiteitskompas zijn afkomstig uit de flitspeiling. Het identiteitskompas is gemaakt door Bureau Buhrs, communicatie & gebiedsmarketing, in opdracht van gemeente Leiden.

Vragen en/of opmerkingen op het identiteitskompas kunt u delen op het participatieplatform doemee.leiden.nl