

Major Theory

VISIEBOEK

HET LEISURE GEBIED VAN NEDERLAND

Rotterdam zuid

Inhoudsopgave

INLEIDING

H1 WAT

H2 WIE

H3 HOE

H4 HOEVEEL

H5 WAARDE

Colofon

In opdracht van leisure en event managementproject jaar 3
Willem de Kooning, Rotterdam

Docent: Reina

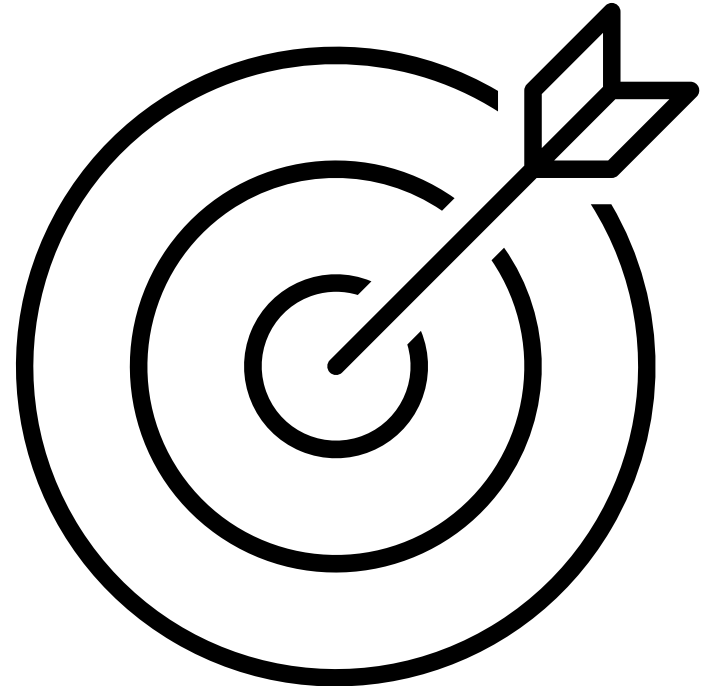
Door Rumi Demir

INLEIDING

In dit conceptboek is het concept **‘Rotterdam Zuid, het leisure gebied van Nederland’** uitgewerkt door Rumi. De onderbouwing voor dit visieboek is het bijbehorend onderzoeksrapport, waarin onderzoek is gedaan naar de maatschappelijke trends, ontwikkelingen in de sector, de mogelijkheden vanuit de opdrachtgever en de lifestyle van de doelgroep. De inzichten uit die analyses zijn als uitgangspunt genomen bij het ontwikkelen van het concept. Het concept is getest bij de doelgroep en in het onderzoeksrapport ook uitgewerkt in de conceptdragers: netwerk, communicatie, fysieke omgeving en organisatie.

Alle informatie in dit visieboek is gebaseerd op de inzichten uit het onderzoeksrapport.

Middels de hoofdstukken WAT, WIE, HOE en HOEVEEL komen de conceptdragers aanbod en wordt duidelijk hoe het concept eruit komt te zien. Als laatste is een hoofdstuk toegevoegd waarin wordt ingegaan op kwaliteit van leven en de waarde van het concept.



H1 WAT

In dit hoofdstuk wordt de het 'product' kenbaar gemaakt. Dit is gedaan aan de hand van een uitleg van het concept en het gedachtegoed waar de visie uit voortkomt. We hebben gekeken naar wat er komt, wat er nodig is en wat er al is. Dit is het eerste deel van ons project en dus ook de start. Wij zijn begonnen met het onderzoeken naar de wat. Dit hebben wij op klaar gebracht door een onderzoek en visueel gebracht door een presentatie te maken die wij aan onze mede studenten te presenteren. Ready? Lets go!

ZUID



PROJECT

Feyenoord city

Timo & Rumi

PROBLEEMSTELLING



#sterkerdoorsport



Bereikbaarheid

Onze visie

Toekomstplan

Innoverende Leisure van Feyenoord city

Negatieve stigma van Rotterdam Zuid wegwerken.

Visie in beeld

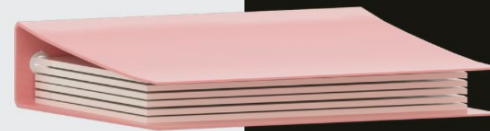


WAT ZIEN WIJ



Toekomstplan

Let connect the now with tomorrow



PRESENTATIE

H2 WIE

Dit hoofdstuk geeft inzicht in de beoogde doelgroep van Rotterdam Zuid; de mensen die wonen en werken in Rotterdam zuid. Aan de hand van een persoon (Thomas). Ook wordt erin gegaan op de communicatie met de doelgroep via verschillende kanalen en de relatie met de doelgroep. De conceptdrager 'communicatie' is naast het doelgroeponderzoek het belangrijkste uitgangspunt geweest.

ROTTERDAM ZUID WIE?

Tijdens het eerste deel van LEM Theory ben ik begonnen mijn eigen meningen en perspectief over het onderwerp Feyenoord city. Zo ben ik een persoonlijk onderzoek gaan doen elk met een ander inval hoek. De twee onderzoeken zijn gebaseerd op "voor/pro" een nieuwe kuip voetbalstadion en "tegen/anti" een nieuw kuip voetbalstadion. Na dit onderzoek ben ik gaan kijken wat erbij komt kijken. Er zullen nieuwe mensen komen door de nieuwbouw. Maar ook hebben we gekeken naar mensen die er zijn. Niet alleen de mensen die er wonen maar ook mensen die er werken. De ondernemers maken zuid bereikbaar en leefbaar. Daarna de gebieden die worden gebuikt voor leisure. Door dit te onderzoeken en in beeld te brengen hebben wij een duidelijker visie kunnen krijgen over waar Feyenoord city mee bezig is en aan biedt. Dit heb ik in beeld gebracht door een persona en een storyboard te ontwikkelen. Dit heeft toevoeging op ons onderzoek omdat wij dan de persona beter kunnen begrijpen. Met het storyboard kunnen wij de leefstijl beter inzien.



MAAK KENNIS MET THOMAS

Persona & Story board

About the customer



Thomas

Age: 22

Occupation: Student

Location: Rotterdam

Description

Thomas is a student in Rotterdam he loves being active and loves sports. He is born in Rotterdam and loves the city so he calls Rotterdam his own. The sport he loves most is voetbal. his father is a Feijenoord supporter and so is he. when he has free time and money to spend he goes to the kuip to watch the team play.

Stage: Start

Imagine the new the kuip being under construction seeing that the first one is deteriorating. you want the stadion to stay and want the memories you have to stay. but then you see that a few of the seats are being used and there is a wall like in the new one just like the other.



Stage: the new Kuip

While the new kuip is being build you feel more proud of it. The new and luxurious stadion is eye catching. it has a lot inside. Food trucks, a perch shop, also people in service who help you find the way. Going to see a game is changing but for the better.



Stage: The Game

While the game you can order food and drinks. It is becoming more easy to enjoy the game. No more lukewarm snacks that don't really satisfy. Cold drinks that go with the food you ordered. The game is getting better you feel full and your team just won. the day can't get any better.

Stage: End

After the game is ended you go to the station and walk past the old stadion. The old memories you have are still there but you can now make new ones with the ones you love.



H3 HOE

In dit hoofdstuk wordt duidelijk hoe de uitwerking van het concept georganiseerd wordt. Alles wat nodig is voor het ontwikkelen, implementeren en voortbestaan van het concept. Dit wordt gedaan aan de hand van een beschrijving van de belangrijkste partners, de belangrijkste te onder nemen activiteiten en de key resources. De conceptdragers 'organisatie' en 'netwerk' zijn de basis geweest van dit hoofdstuk.



Communicatie

Wij willen ons duidelijk stellen binnen de markt waarin ik in zit. Daarom zal ik mijn communicatie goed moeten plannen. Dit heb ik gedaan door een vaste email opbouw te sturen. De opbouw zal makkelijk aangepast/ persoonlijker kunnen worden door veranderingen per person. Onze communicatie gaar daarom via mail online. Offline willen wij ons project vertegenwoordigen door presentaties en events. Mijn visie is gericht op jongeren die wonen in zuid. Ik wil samen met hen het begrip leisure doornemen om zo te kijken naar Feyenoord city. Ik wil hun informeren en inspireren om het gevoel te krijgen dat Feyenoord city hun speeltuil mag en kan zijn. Zo'n activiteit zien wij gebeuren door tezamen werken met een organisatie die voor jongeren staat. Daarom JOZ Jongerenwerk Op Zuid. Hun missie is om jongeren te informeren over straat veiligheid dit door activiteiten op straat.



Tijdens het onderzoeken naar wie allemaal te maken hebben heb ik velen ambassadeurs tegen die in samenwerking zijn met Feyenoord city. Zo zijn dat ondernemers in zuid zoals Loulou' s Healty Kitchen. Ondernemer Layla vindt dat Feyenoord city een mogelijkheid kan zijn om meer mensen naar Zuid te trekken wel wil ze dat Zuid haar charmes moet behouden dit kan gedaan worden door ondernemers die er al zijn.

Partners

H4

Hoeveel

In het kopje hoofdstuk vier “HOEVEEL” ben ik gaan kijken naar hoeveel impact in kan toevoegen opheft innovatieve gedeelte in niet Rotterdam zuid maar in heel Rotterdam en dus ook heel Nederland. Dit is natuurlijk een visie en kan ik moeilijk sprint uitvoeren in de tijdperiode die ik beschik. Dus ik zal het uitschetsen door middel van een voorbeeld op internationaal level. Ik heb deelgenomen aan de studiereis naar Liverpool. En heb een interview kunnen uitvoeren en onderzoek gedaan naar het voetbalstadion van het voetbalteam Liverpool. Dit komt goed van pas en zal zeker mijn visie op Leisure innovatie in de stad kunnen verbreden. Ik ben mijn onderzoek begonnen met het zetten van een stap terug en te kijken naar wat ik nu tot nu toe heb kunnen vinden over Rotterdam Zuid. Dit heb ik gedaan omdat ik een sort vergelijking wil maken tussen Liverpool als stad. En hun innovatie op Leisure door middel van verbetering van een buurt.

Tijdens mijn onderzoek naar Liverpool kwam ik vele gemeenschappen tegen tussen Rotterdam zuid als Leisure gebied en Liverpool als Leisure gebied. Liverpool heeft veel gewerkt aan verbetering door middel van Leisure dit is te zien door het gebruik van een nieuw voetbalstadion in een minder inkomen buurt. Dit heb ik in dit visie document willen laten zien door een weerspiegeling te maken. Rotterdam zuid is degene die in de spiegel kijkt en ziet Liverpool terug.



H5

Waarde

In dit laatste hoofdstuk wil ik doen alsof ik nu Rotterdam zuid heb verbeterd en welke waarde ik hiermee heb kunnen toevoegen in de stad en hopelijk heel Nederland. Dit heb ik gedaan door een einde te geven aan mijn visie. Dit heb ik gedaan door gebruik van een invite naar de toekomst. Een poster wat laat een symbolische poort is een deur naar innovatie. Een poster wat laat zien dat het mogelijk is om het negatieve stigma van Rotterdam te verschoppen en in de plaats daarvan een Leisure hemel te maken.

Wat ik meeneem van uit het vak Major Theory is dat een visie niet alleen een gedacht of een wil hoeft te zijn. Een visie kan je onderbouwen om de kracht te geven. Mijn visie is ontstaan door een probleem; "Rotterdam heeft een negatief stigma door onveiligheid en minder mogelijkheden". Dit heb ik door mijn visie dus eigenlijk mijn beeld op innovatie de mogelijkheid gegeven op verbetering. Wel had ik gewild dat ik dit ook echt kon uitoefenen in de maatschappij en dus ook werkelijkheid kon maken.

