

PIEREWAIEN

De pier van Scheveningen als
'plek van herinnering'



Carmilla Bollen
Studiejaar 4, blok 4, Afstudeeronderzoek (AO)
Afstudeerthema: Erfgoed van stad en land
Reinwardt Academie
Datum: 9 juni 2020



Afbeelding 1: De pier van Scheveningen (1961-heden)

Voorwoord

Als kind bezocht ik de pier op Scheveningen voortdurend met mijn moeder en jongere zus. Even pierewaaien, genieten van de zon en het uitzicht, lekker uiteten op het zonne-eiland en spelletjes spelen op het kinder-eiland. De pier van Scheveningen is voor mij zeer iconisch en een belangrijk onderdeel van de badplaats. Scheveningen zonder wandelpier is voor mij ondenkbaar omdat dit landmark staat voor een *lieu de mémoire* (plek van herinnering) en hoort bij een dagje strand.

Als inwoner van Scheveningen en medewerker van de Pier B.V. voel ik mij extra betrokken bij de wandelpier en ben ik van mening dat het markante bouwwerk van belang is voor de inwoners. Naast ontelbare herinneringen is de wandelpier verbonden aan de cultuurhistorische geschiedenis van Scheveningen. Met behulp van persoonlijke herinneringen heb ik het beeldbepalend erfgoed opnieuw belicht. Ik hoop dat mijn onderzoeksresultaten bewustwording creëren onder inwoners en dat de pier een hogere sociaal-maatschappelijke waardering verkrijgt.

Ik wil alle mensen en (culturele) instellingen bedanken die mij hebben geholpen tijdens het onderzoek. Daarnaast wil ik mijn dank uitbrengen aan mijn studiebegeleiders en familie voor de emotionele steun en tijdige feedback.

Erfgoedwaardering ontstaat uit de sociaal-maatschappelijke waardering van objecten, gebouwen en/of tradities en zijn vaak verbonden aan een *plek van herinnering*. Heeft u ook (betekenisvolle) herinneringen aan de wandelpier?

Ik wens u heel veel leesplezier!

Carmilla Bollen

Scheveningen, 9 juni 2020



Afbeelding 2: Wandelhoofd Koningin Wilhelmina (1901-1949)

Samenvatting

Scheveningen-badplaats is een begrip aan de Haagse kust van Zuid-Holland en staat bekend als de badplaats met wandelpier. Vrijwel iedereen is bekend met het strand en haar uitgestrekte wandelhoofd met krijgende meeuwen en harde Noordzeewind. Dagelijks bezoeken duizenden (buitenlandse) toeristen de kustplaats en Scheveningen is een populaire, toeristische bestemming in Nederland.

In 1901 verkrijgt de badplaats nationale bekendheid middels haar eerste toeristische attractie, het *Wandelhoofd Koningin Wilhelmina* (1901-1943). Deze wandelpier is afgebrand tijdens de Tweede Wereldoorlog en de Scheveningse gemeenschap verlangde naar een 'nieuw herkenningsteken'. Op 19 mei 1961 is de tweede en huidige wandelpier geopend en men was trots op het nieuwe icoon. Hoewel de wandelpier verbonden is met de cultuurhistorische geschiedenis van Scheveningen-badplaats, heeft het bouwwerk meerdere verloederings- en faillissementen gekend. De wandelpier is momenteel in (her-)ontwikkeling maar haar toekomst blijft op veel gebieden onzeker.

De Pier B.V. streeft naar wederopbloei van het icoon en maakt de wandelpier tot een potentiële bestemming binnen de *placemaking* (de belevingswaarde van een openbare ruimte) van Scheveningen-badplaats. Door diverse belevingen (activiteiten) verkrijgt de wandelpier (opnieuw) een populaire status en worden betrokkenen zich meer bewust van de bijzondere betekenis van het beeldbepalend erfgoed.

Binnen het verslag is er onderzoek gedaan naar de pier van Scheveningen als *lieu de mémoire* (plek van herinnering) en zijn de inwoners van Scheveningen benaderd middels een veldonderzoek. Door de Scheveningse inwoners een mindmap voor te leggen van de wandelpier, zijn er specifieke herinneringen opgehaald. Met behulp van deze pier-herinneringen is het bouwwerk belicht vanuit het burgerperspectief. Deze herinneringen en anekdotes zijn cruciaal voor de betekenis van het icoon en de *sense of place* (gevoelswaarde) van Scheveningen-badplaats.

Kortom, in hoeverre is de Scheveningse pier een '*lieu de mémoire*' voor de inwoners van Scheveningen? Uit de onderzoeksresultaten kan worden geconcludeerd dat de pier van Scheveningen voor velen (Scheveningse inwoners en betrokkenen) staat voor een 'plek van herinnering'. Diverse individuen kennen persoonlijke herinneringen toe aan het bouwwerk en maar liefst 146 van de 150 respondenten is van mening dat de wandelpier staat voor een onmisbaar icoon. Daarnaast hebben veel respondenten aangegeven dat de wandelpier gevoelens losmaakt, zoals: geluk, heimwee en trotsheid. Dit is van belang voor de *sense of place* van de Scheveningen-badplaats en benadrukt de potentie van de bestemming. De persoonlijke herinneringen hebben geresulteerd in een toepasselijk (beroeps-)product. Middels dit onderzoek en (beroeps-)product wordt er bewustwording gecreëerd onder de inwoners en verkrijgt de wandelpier een sociaal-maatschappelijke (her-)waardering.

Inhoudsopgave

Inleiding.....	9
Aanleiding.....	9
Probleemstelling	9
Doelstelling.....	10
Onderzoeksopzet	10
Methodologie	10
Hoofdstuk 1: Is de pier van Scheveningen iconisch voor Scheveningen-badplaats?	11
1.1 De historische achtergrond van de Scheveningse pier	11
1.2 Beeldbepalend erfgoed.....	13
1.2.1 Wat is een <i>landmark</i> ?	13
1.2.2 Het 'hoofd' van Scheveningen	13
Hoofdstuk 2: Is de belevingswaarde van belang voor de sociaal-maatschappelijke waardering van de wandelpier?	16
2.1 De pier als onderdeel van placemaking	16
2.1.1 Wat is <i>placemaking</i> ?	16
2.1.2 De pier als bestemming.....	17
2.2 De veranderlijke roem van de wandelpier	18
2.3 De identiteit van Scheveningen.....	20
Hoofdstuk 3: Hoe kunnen herinneringen aan de wandelpier van Scheveningse inwoners in kaart worden gebracht?	22
3.1 De pier als een 'plek van herinnering'	22
3.1.1 Wat is een <i>lieu de mémoire</i> ?	22
3.1.2 Voor welke stakeholders is de Scheveningse pier een 'lieu de mémoire'? ..	22
3.2 Een collectief, mentaal stadslandschap	24
3.2.1 Wat is de methode van <i>mental mapping</i> ?	24
3.2.2 De Wandelpier op de mindmap	25
Hoofdstuk 4: Een collectief, mentaal pier-landschap	27
4.1 Herinneringen ophalen	27
4.1.1 Onderzoekenquête, onderzoeksmethode en validiteit	27
4.1.2 Onderzoekresultaten en conclusies	27
Conclusie	29
Literatuurlijst	30
Bijlagen	36

Bijlage 1: Resultaten van de onderzoekenquête	36
Bijlage 2: (Beroeps)product en verantwoording	44

Inleiding

Aanleiding

Iedereen kent het wel. Op een grauwe zondagochtend eventjes met familie uitwaaien op Scheveningen of op een zomeravond slenteren met een bakje kibbeling in de handen, het perfecte moment om de zon te zien verdwijnen achter de horizon!

Scheveningen-badplaats wordt ook wel de 'parel aan de Noordzee' genoemd en kenmerkt zich met haar *wandelpier* (wandelhoofd, pier), als de badplaats van Zuid-Holland. Voor velen is 'pierewaaien' (het heen en weer lopen, pret maken), een activiteit die je alleen op Scheveningen kan beleven.¹

De Scheveningse pier heeft vele transities doorgemaakt. Van het *Wandelhoofd Koningin Wilhelmina* (de oorspronkelijke wandelpier vanaf 1901 tot 1943) tot de mondaine pier met haar kenmerkende reuzenrad (1961 tot heden).² Hoewel de populariteit van het pierewaaien min of meer is gedaald, blijft het onroerend goed symbolisch voor Scheveningen en kennen stakeholders haar belang voor de kuststreek toe.³ Desalniettemin, wordt het bouwwerk al lange tijd niet meer beschouwd als een attractie met allure.

Probleemstelling

Het probleem ligt op maatschappelijk raakvlak. De pier wordt weliswaar gezien als symbool met cultuurhistorische waarde maar verkrijgt een lage sociaal-maatschappelijke waardering. Daarnaast heeft de wandelpier vaak last van verloederings, faillissementen en een dalend bezoekerspeil.⁴ In 2009 weerklinken de klanken van klachten en de wandelpier wordt in 2013 wederom failliet verklaard.⁵ Op 30 oktober 2014 wordt de pier ternauwernood gered van de sloop door de nieuwe eigenaren: Kondor Wessels Vastgoed (VolkerWessels) en Xcentric Hotels B.V. (samen de Pier B.V.). Na een grondige renovatie, is de wandelpier in 2015 heropend.⁶ De Scheveningse pier verkeert op dit moment in een ontwikkelingsfase maar haar toekomst blijft onzeker.⁷ Waar de gemeente Den Haag streeft naar stimulering van de Haagse economie en werkgelegenheid, verlangen omwonenden naar bescherming van hun stadsgezicht en 'plek van herinnering'.⁸

¹ E. Koops, "Pierewaai, betekenis en herkomst" (versie 11 juli 2019), <https://historiek.net/pierewaai-betekenis-herkomst/100813/>, geraadpleegd 9 oktober 2019.

² M. Herté, *De pier van Scheveningen*. (Voorburg: Uitgeverij De Nieuwe Haagsche, 2001), 35.

³ B.A. Revis, *Commissarisbrief Overeenkomst De pier 2^e fase*. (Den Haag: 19 maart 2018), <https://denhaag.raadsinformatie.nl/document/6279081/2/RIS299356%20Commissiebrief%20Overeenkomst%20De%20Pier%202e%20fase%20docx>, geraadpleegd 12 oktober 2019.

⁴ Gemeente Den Haag, *Scheveningen 2020: levende badplaats. Economische visie Scheveningen-Kuststrook*. (Den Haag: december 2006), <http://www.toekomstscheveningenbad.nl/vragenaan gemeente/rapporten/eindrapportZKA.pdf>, geraadpleegd 15 oktober 2019.

⁵ Omroep West, "Schuldeisers van oude Scheveningse pier krijgen hun geld terug" (versie 6 februari 2019), <https://www.omroepwest.nl/nieuws/3765253/Schuldeisers-van-oude-Scheveningse-Pier-krijgen-hun-geld-terug>, geraadpleegd 22 november 2019.

⁶ Architectenweb, "Plan voor duurzame herbestemming De Pier" (versie 14 februari 2013), <https://architectenweb.nl/nieuws/artikel.aspx?ID=30908>, geraadpleegd 11 oktober 2019.

⁷ NOS Nieuws, "Scheveningse pier in verval" (versie 15 november 2012), <https://nos.nl/video/441056-scheveningse-pier-in-verval.html>, geraadpleegd 9 oktober 2019.

⁸ Ibidem, B.A. Revis, *Commissarisbrief Overeenkomst De pier 2^e fase*.

Doelstelling

Het doel van het onderzoek is om de Scheveningse inwoners te attenderen op het belang van de wandelpier. Door de wandelpier als 'plek van herinnering' te belichten, wordt de sociaal-maatschappelijke waardering deels in kaart gebracht. De bewoners van Scheveningen worden zich op deze manier bewust van de bijzondere betekenis van het beeldbepalend erfgoed.⁹ Daarnaast stimuleert het onderzoek tot een duurzaam behoud van de wandelpier.

Groep de Mos-raadslid Dubbelaar: "Het is geweldig dat het nu goed gaat met de Pier. Dit wil Groep de Mos graag zo houden, ook voor de volgende generaties. De Pier is een icoon op Scheveningen, dat het verdient om ook voor de toekomst beschermd te worden. Daarom moet de Pier de status van gemeentelijk monument krijgen".¹⁰

Onderzoeksopzet

Om het doel te bereiken is de volgende hoofdvraag geformuleerd:

In hoeverre is de Scheveningse pier een 'lieu de mémoire' voor de inwoners van Scheveningen?

Het onderzoek bestaat uit een aantal deelvragen. In de eerste twee hoofdstukken wordt de Scheveningse pier

behandeld als landmark en essentieel onderdeel van placemaking. In hoofdstuk drie en vier wordt de Scheveningse pier belicht als beeldbepalend erfgoed met een herinneringswaarde. Tot slot, volgen de onderzoeksresultaten en de conclusie.

Methodologie

Het onderzoek is uitgevoerd middels een grootschalig bureauonderzoek. Deze literaire bronnen bestaan uit boekwerken over de Scheveningse pier, de vrije tijdsgebruikontwikkelingen van Nederland en de naoorlogse wederopbouwperiode. Naast boekwerken bestaat de literatuur uit diverse artikelen over beeldbepalend erfgoed, placemaking en mental mapping. De bronnen zijn grotendeels afkomstig uit: de Koninklijke Bibliotheek, het gemeentelijke archief van Den Haag en de museumcatalogi van Muzee Scheveningen. Daarnaast zijn diverse publicaties van de Reinwardt Academie en de Rijksdienst Cultureel Erfgoed (RCE) toegepast. Met behulp van een online-enquête zijn de inwoners van Scheveningen benaderd. Binnen het veldonderzoek staat de herinneringswaarde centraal en de enquête is opgebouwd met de erfgoedtheorie van placemaking en mental mapping.¹¹ Middels deze theorieën is de sociaal-maatschappelijke waardering van de wandelpier (een gebouw met cultuurhistorische erfgoedwaarden en een zeldzame herkenbaarheid), in kaart gebracht.¹²

⁹ De Pier, "beeldbepaler van Scheveningen Bad" (versie 2013), <http://www.rtvdiscus.nl/columns/column%202013/column%2016-02-2013.htm>, geraadpleegd 14 november 2019.

¹⁰ Hart voor Den Haag Groep de Mos, "Maak van de pier een gemeentelijk monument" (versie 17 augustus 2017), <https://www.hartvoordenhaag.nl/maak-pier-gemeentelijk-monument/>, geraadpleegd 9 oktober 2019.

¹¹ Faro, *Tijdschrift over Cultureel Erfgoed*. (Brussel: september 2014),

https://issuu.com/faronet/docs/sept2014_issuu, geraadpleegd 27 november 2019.

¹² Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed. Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. *Eenheid en verscheidenheid. Een zoektocht naar een integrale cultuurhistorische waardestelling van het materiële erfgoed*. (Amersfoort: 2014), 19. [file:///C:/Users/carmi/Downloads/eenheid-en-verscheidenheid-brochure%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/carmi/Downloads/eenheid-en-verscheidenheid-brochure%20(2).pdf), geraadpleegd 14 november 2019.

Hoofdstuk 1:

Is de pier van Scheveningen iconisch voor Scheveningen-badplaats?

1.1 De historische achtergrond van de Scheveningse pier

Scheveningen-badplaats vindt haar oorsprong in 1818 en stond toentertijd bekend als rustplaats en therapeutische genezingsomgeving.¹³ De badplaats was in vergelijking met concurrerende kustplaatsen in onder andere Engeland, België en Frankrijk, traag in haar ontwikkelingsproces naar een mondaine (wereldlijke) kuststreek.¹⁴

Op 4 oktober 1883 werd ter verbetering van de kustplaats de Maatschappij Zeebad Scheveningen (M.Z.S.) opgericht. Deze vereniging realiseerde het statige kurhaus op 11 juli 1885 op de plek van het oorspronkelijke eerste badhuis en al snel zou Scheveningen bekendstaan onder het wereldfenomeen: 'Parel aan de Noordzee'. Hoewel Scheveningen-badplaats werd bestempeld met een eervolle titel, kon de kustplaats volgens vele ontwikkelaars niet concurreren met haar landelijke concurrenten als zij geen 'hoofd' in zee zou bezitten.¹⁵

De Haagse gemeenteraad heeft diverse concessie-aanvragen afgewezen omdat de ligging niet toeristisch genoeg was of men gevaar zag voor de visserij. Na alle tegenwerpingen werd op 13 juli 1899 het

voorstel van M.Z.S. voor een wandelpier goedgekeurd. In februari 1900 begon de bouw van de wandelpier. Het bouwwerk van 416,57 meter werd op 6 mei 1901 feestelijk geopend door prins Hendrik. Prins Hendrik bekroonde de wandelpier met de naam: Wandelhoofd Koningin Wilhelmina.¹⁶ Scheveningen-badplaats was gezegend met haar eerste wandelpier en de kustplaats maakte een sprong naar vooruitstrevende moderniteit, nationalisering en allure.¹⁷

De Tweede Wereldoorlog maakte Scheveningen-badplaats tot deelnemer aan de Atlantikwall, de verdedigingslinie van de Duitsers tegen invasies van de geallieerden.¹⁸ Bezoekers waren sinds het voorjaar van 1942 niet meer welkom op de wandelpier en Wandelhoofd Koningin Wilhelmina diende als een opslagplaats voor de Duitsers.¹⁹ Op 26 maart 1943 kregen omwonenden het alarmerende bericht dat het pierpaviljoen in lichtlaaie stond.²⁰ Dit nieuws raakte de Hagenaars in het hart en de meningen over de oorzaak van de brand waren verdeeld.²¹ Pas in juni 1955 zijn de laatste restanten van het bouwskelet van de wandelpier verwijderd.²² De Scheveningse gemeenschap verlangde naar wederopbouw van het icoon en al snel

¹³ Haagsetijden, "Een badplaats" (versie 14 december 2014), <https://www.haagsetijden.nl/tijdslijn/burgers-en-stoommachines/een-badplaats>, geraadpleegd 14 december 2019.

¹⁴ Michiel van der Mast, Henk Overduin en Gerrit van der Rook, *De Scheveningse Pier*, uitgave bij tent. (Den Haag: Haags Gemeentemuseum, 1978), 1.

¹⁵ Ibidem, 1.

¹⁶ Ibidem, 3.

¹⁷ Historisch informatiepunt, "Het wandelhoofd van Scheveningen", http://www.historischdenhaag.nl/pagina/151/het_wandelhoofd_van_scheveningen, geraadpleegd 14 december 2019.

¹⁸ Stichting Atlantikwall Museum Scheveningen, "Atlantikwall" (versie 2016-2017), <https://www.atlantikwallmuseum.nl/atlantikwall/>, geraadpleegd 14 december 2019.

¹⁹ Trouw, "Brand op de pier van Scheveningen" (versie 9 september 2011), <https://www.trouw.nl/nieuws/brand-op-de-pier-van-scheveningen-ba715375/?referer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>, geraadpleegd 14 december 2019.

²⁰ Ibidem, *De Scheveningse Pier*, 7.

²¹ W. G. Gilbert, *Scheveningen en zijn pier*. (Scheveningen: N.V. Exploitatie Maatschappij Scheveningen, 1961), 10.

²² Ibidem, *De Scheveningse Pier*, 8.

werd er gespeculeerd over een nieuw 'herkenningsteken' voor de kustplaats.

“Door de fiets tegen de muur te zetten en daarop te gaan staan, konden we het toen goed zien. Ik durf gerust te zeggen dat we met tranen in de ogen machteloos hebben staan kijken. De brandweer werd pas door de Duitsers via het Kurhaus toegelaten toen er niet veel meer te redden was. Opslagplaats voor hooi en stro over een moeilijk begaanbaar wandelhoofd, terwijl de Duitsers alle hotels enz. ter beschikking hadden? Dus hooibroei: volgens mij, nonsens.”²³

In mei 1953 verschijnt het eerste ontwerp voor een gloednieuwe wandelpier. Men was het erover eens dat het nieuwe icoon voor Scheveningen-badplaats moderner, ruimer en gesitueerd moest worden op een andere locatie dan de eerste wandelpier. Dit in verband met het uitzicht van de hotelgasten van het Kurhaus en haar art-nouveau uitstraling.²⁴ Op 23 maart

1959 wordt het definitieve ontwerp dat gemaakt is door de drie Rotterdamse architecten H.A. Maaskant, D.J. Dijk en D.C. Apon, bekendgemaakt en de kosten van het bouwwerk werden toentertijd geschat op 6 miljoen gulden. Het ontwerp is gemaakt onder het motto 'curve' dat staat voor de 'combinatie van durf en schoonheid'. Het bouwwerk bestaat uit 197 betonnen draagpalen met een draagcapaciteit van 6000 bezoekers. De wandelpier bestaat uit drie eilanden; een 'zonne-eiland' (2500 m²), een 'toren-eiland' (600m²) en een 'kinder-eiland' (800 m²), en bezit een totale oppervlakte van 12.000 vierkante meter. Om het ruimtelijke effect te vergroten, is de pier oplopend gebouwd met een hoogteverschil van vijf meter.

Op 19 mei 1961 is de tweede en huidige wandelpier feestelijk geopend door prins Bernard en de geschatte bezoekersaantallen werden ruimschoots overtroffen.²⁵ Men beschouwde de nieuwe wandelpier als een 'waardige opvolger' en Scheveningen was trots op haar nieuwe icoon.²⁶

²³ Ibidem, De Scheveningse pier, 8.

²⁴ Ibidem, Scheveningen en zijn pier. (Scheveningen: N.V. Exploitatie Maatschappij Scheveningen, 1961), 6.

²⁵ Ibidem, 10.

²⁶ Ibidem, 11.

1.2 Beeldbepalend erfgoed

1.2.1 Wat is een *landmark*?

Een landmark staat voor een oriëntatiepunt in een omgeving dat beeldbepalend is. Beeldbepalend erfgoed kan gebouwen of plekken omvatten (met of zonder monumentale status) die als symbool fungeren voor een dorp, stad of streek.²⁷

1.2.2 Het 'hoofd' van Scheveningen

De Scheveningse wandelpier staat sinds 1901 voor een toeristische trekpleister.²⁸ Middels de wandelpier verkreeg Scheveningen-badplaats nationale bekendheid en allure.²⁹ Na afbreuk van de eerste wandelpier, streefde de gemeenschap naar wederopbouw en bescherming van haar wereldlijke status.³⁰ Het stadsgezicht was namelijk incompleet geraakt zonder haar landmark en een deel van de vrijetijdscultuur was weggenomen.³¹

Omdat de wandelpier is opgebouwd tussen 1945-1965, behoort het tot de wederopbouw-architectuur en draagt het een gemeenschapswaarde voor Scheveningen.³² De unieke bouwstijl is kenmerkend voor de zakelijke architectuur uit eind 1950.³³ Hierdoor bezit de wandelpier een zekere zeldzaamheid, wat haar bestempeld met een situationele/ensemblewaarde (betekenisvol onderdeel van de omgeving).³⁴ Daarentegen zijn er vele architectonische aanpassingen uitgevoerd. Een voorbeeld van aantasting van zeldzaamheid is de toevoeging van het vierde pier-eiland in 1964.³⁵

Het vernieuwde icoon fungeert sinds 1961 als de toeristische hoofdattractie van de badplaats.³⁶ In 2014 zet de nieuwszender CNN, de huidige wandelpier op de vierde plek van de mooiste pieren ter wereld.³⁷ Overigens ontvangt het bouwwerk meer dan twee miljoen bezoekers per jaar en ontbreekt zij vrijwel op geen enkele ansichtkaart van Scheveningen.³⁸ Het gebouw is inmiddels niet meer weg te denken uit het stadsgezicht.³⁹ En de

²⁷ Provincie Zuid-Holland, *Beeldbepalend erfgoed Zuid-Holland. Bijzondere gebouwen en plekken als symbool voor ontwikkeling van dorp, stad of streek.* (2018), 8. <http://geo.zuid-holland.nl/data/chs/tekst/BBE/Publicatie%20Beeldbepalend%20Erfgoed%20Zuid-Holland.pdf>, geraadpleegd 6 april 2020.

²⁸ R. Hale, *Pavilions on the Sea, a history of the Seaside Pleasure Pier.* (London: Cyril Bainbridge, 1986), 19.

²⁹ P. Crefcoeur, Scheveningen wordt mondain, 125 jaar Kurhaus, kroonjuweel van de Maatschappij Zeebad Scheveningen. (Scheveningen: Muzee Scheveningen, 2010), 21.

³⁰ W. G. Gilbert, *Scheveningen en zijn pier.* (Scheveningen: N.V. Exploitatie Maatschappij Scheveningen, 1961), 14.

³¹ IsGeschiedenis, "Pier van Scheveningen brandde vaker af", <https://isgeschiedenis.nl/nieuws/pier-van-scheveningen-brandde-vaker-af>, geraadpleegd 16 december 2019.

³² Vitruvius, Wie bepaalt de waarde van erfgoed? Steenhuis Meurs rubriek 38. (Januari 2017), 16-17. file:///F:/Afstuderen/Lesmateriaal%20per%20week/wk2_2017_SteenhuisMeurs_Wie%20bepaalt%20de%20waarde%20van%20erfgoed.pdf, geraadpleegd 21 maart 2020.

³³ Gemeente Den Haag, "Scheveningen-badplaats. Cultureel erfgoed." <file:///F:/Afstuderen/Lesmateriaal%20per%20week/Sc>

heveningen%20Badplaats_%202.3%20Cultureel%20erfgoed.html, geraadpleegd 11 april 2020.

³⁴ Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed. Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. *Eenheid en verscheidenheid. Een zoektocht naar een integrale cultuurhistorische waardestelling van het materiële erfgoed.* (Amersfoort: 2014), 51. [file:///C:/Users/carmi/Downloads/eenheid-en-verscheidenheid-brochure%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/carmi/Downloads/eenheid-en-verscheidenheid-brochure%20(2).pdf), geraadpleegd 11 april 2020.

³⁵ Haagse filmbank, '1964-Plaatsen vierde piereiland', 10:06, (19 maart 2010), <http://www.haagsefilmbank.nl/archieven/1644?highlight=pier>, geraadpleegd 11 april 2020.

³⁶ R. van Capelleven, "Scheveningse pier. Markant bouwwerk in Scheveningen", <https://www.absolutefacts.nl/zuid-holland/scheveningen/pier.htm>, geraadpleegd 18 december 2019.

³⁷ Nieuwsblad.be, "Dit zijn s 'werelds mooiste pieren volgens CNN" (versie 29 juli 2014), https://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20140729_01196220?pid=4116173, geraadpleegd 18 december 2019.

³⁸ Scheveningen, "Pier van Scheveningen-Uitkijkpunt", <https://scheveningen.com/nl/uitkijkpunt/9088/pier-van-scheveningen.html>, geraadpleegd 18 december 2019.

³⁹ B. Paternotte, "Scheveningse pier wordt geen rijksmonument" (versie 7 februari 2013), <https://politiek.tpo.nl/2013/02/07/scheveningse-pier->

gemeente Den Haag beoordeelt de wandelpier tot een beeldmerk met een unieke waarde.⁴⁰

Om deze redenen hebben de nieuwe eigenaren: Kondor Wessels Vastgoed en Xcentric Hotels B.V. de handen ineengeslagen (samen De Pier B.V.) om het bouwwerk nieuw leven in te blazen.⁴¹ Tegenwoordig is de pier voor bezoekers behoorlijk uitgebreid met diverse (muzikale) evenementen, eetgelegenheden, spannende activiteiten en luxe hotelsuites.⁴² Even pierewaaien wordt weer omschreven als een 'must' en de wandelpier staat voor een culturele en culinaire hotspot.⁴³

Diverse stakeholders vinden een 'Scheveningen zonder pier' onvoorstelbaar.⁴⁴ Daarnaast is de wandelpier een erkend icoon en wordt de badplaats (mede door haar wandelpier) beschouwt als één van de populairste badplaatsen van Nederland.⁴⁵ Het bouwwerk is herkenbaar voor toeristen en

omwonenden.⁴⁶ Waar haar exterieur iconisch en beeldbepalend is, staat haar interieur voor een ware belevingswereld.⁴⁷

Kortom, de pier van Scheveningen is iconisch voor Scheveningen-badplaats. De landmark betreft niet alleen een herkenbaar icoon maar staat ook symbool voor de wederopbouwperiode, de vrijetijdscultuurontwikkelingen en de zakelijke architectonische bouwstijl. Hoewel de pier van Scheveningen geen monumentale status bezit, staat zij bekend als het 'hoofd' van Scheveningen en is zij onlosmakelijk verbonden met de historische achtergrond van Scheveningen-badplaats.

wordt-geen-rijksmonument/#, geraadpleegd 20 december 2019.

⁴⁰ ZKA, *Scheveningen 2020: Levende badplaats. Economische visie Scheveningen-kuststrook*. (December 2006), 65.

file:///F:/Afstuderen/Lesmateriaal%20per%20week/ein drapportZKA.pdf, geraadpleegd 11 april 2020.

⁴¹ H.W. Lindeboom. Antea Group. Aanmeldingsnotitie m.e.r.- beoordeling. Reuzenrad en pop-up hotel op De Pier van Scheveningen. (Den Haag, 2015), <https://denhaag.raadsinformatie.nl/document/3347219/1>, geraadpleegd 16 december 2019.

⁴² De Pier, "Welkom op de pier" (versie 2019), <https://www.pier.nl/>, geraadpleegd 18 december 2019.

⁴³ C. Boschma, "Plezier op de pier: doe een dagje strand in Scheveningen" (versie 12 mei 2017), <https://www.dagjeweg.nl/nieuwsredactie/22915/Plezier%20op%20De%20Pier%3A%20doe%20een%20dagje%20strand%20in%20Scheveningen>, geraadpleegd 18 december 2019.

⁴⁴ N. van Kooperen, "De pier, beeldbepaler van Scheveningen bad" (versie 2013),

<http://www.rtvdiscus.nl/columns/column%202013/column%2016-02-2013.htm>, geraadpleegd 11 april 2020.

⁴⁵ Feest aan zee, "Geschiedenis badplaats, 200 jaar Scheveningenbad" (versie 2018), <https://denhaag.com/nl/feestaaizee/geschiedenis>, geraadpleegd 18 december 2019.

⁴⁶ B. de Pater en T. Sintobin, *Koninginnen aan de Noordzee. Scheveningen, Oostende en de opkomst van de badcultuur rond 1900*. (Hilversum, 2013), 39. https://books.google.nl/books/about/Koninginnen_aan_de_Noordzee.html?id=-cTSAQAABAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q=landmark&f=false, geraadpleegd 10 april 2020.

⁴⁷ Van Mourik architecten, *Identiteit en architectuur*. (Den Haag: 2007), 5. https://www.architectenvanmourik.nl/media/pages/research/architectuur-and-identiteit/pdf/2590443192-1551343488/avm.identiteit-en-architectuur-pdf_web.pdf, geraadpleegd 18 december 2019.



Afbeelding 3: De Scheveningse pier in 1965

Hoofdstuk 2: Is de belevingswaarde van belang voor de sociaal-maatschappelijke waardering van de wandelpier?

2.1 De pier als onderdeel van placemaking

2.1.1 Wat is *placemaking*?

Placemaking staat voor een openbare ruimte waar een belevingswereld wordt gecreëerd. De behoeftes en gevoelens van de gebruiker zijn hierbij van belang en de betekenis van de omgeving staat centraal.⁴⁸ Middels placemaking wordt een omgeving op collectieve wijze (opnieuw) beoordeeld. Dit is bevorderlijk voor de gevoelswaarde en betrokkenheid. Door creatieve gebruikspatronen toe te passen en burgerinitiatief te stimuleren, wordt de fysieke, culturele en sociale identiteit van een omgeving gedefinieerd.⁴⁹

“Cities have the capability of providing something for everybody, only because, and only when, they are created by everybody.”⁵⁰

Het succes van een belevingswereld in een leefomgeving ligt aan een aantal factoren. Zo is het bijvoorbeeld van belang dat er een aantal bestemmingen aanwezig zijn waar mensen naartoe willen. Deze zogeheten bestemmingen staan vaak voor een plek waar men minstens 10 activiteiten kan beleven en waar de identiteit van een stad wordt vertegenwoordigd. De populariteit van een bepaalde bestemming hangt af van de volgende cruciale succesfactoren:



FIGUUR 1: PLACEMAKING MODEL

Om de leefomgeving van mensen te transformeren naar een ideale plek, zijn de volgende elf principes van belang:

1. *De gemeenschap is de expert*
2. *Verbetering van huidige leefomgeving*
3. *Stimuleren van partnerschappen*
4. *Obstakels/wrijving overwinnen*
5. *Een heldere doelstelling*
6. *Onderzoek door observatie*
7. *Input van voor- en tegenstanders*
8. *Triangulatie van voorzieningen*
9. *Makkelijk, snel en goedkoop*
10. *Investeren*
11. *Constante transitie stimuleren*

⁴⁸ Straatwaarden Atelier 1 #: placemaking. Reader. (Amsterdam, 2016), 8. https://erfgoedstem.nl/wp-content/uploads/2016/03/1-Straatwaarden_Reader-Placemaking_def.pdf, geraadpleegd 18 december 2019.

⁴⁹ Project for public spaces, *Placemaking. What if we built our cities around places?* (2018), 2. <https://assets->

global.website-files.com/5810e16f8e876cec6bcbd86e/5b71f88ec6f4726edfe3857d_2018%20placemaking%20booklet.pdf, geraadpleegd 12 april 2020.

⁵⁰ J. Jacobs, *The Death and Life of Great American Cities*. (1961).

2.1.2 De pier als bestemming

De Scheveningse wandelpier is onderdeel ofwel één van de bestemmingen binnen de placemaking van Scheveningen-badplaats. De wandelpier staat ten eerste voor een omgeving waar men naast het simpele pierewaaien, vele activiteiten en creatieve gebruikspatronen tegenkomt. Daarnaast is de Scheveningse pier een veelgebruikt onderdeel van evenementen. Voorbeelden van feestelijkheden waarbij de pier een grote rol speelt, zijn: *Vlaggetjesdag*, de *NN CPC loop Den Haag*, de *Unox Nieuwjaarsduik* en het *Feest aan zee: 200 jaar badplaats Den Haag-Scheveningen*.⁵¹

Naast een evenementenlocatie wordt de landmark al jaren ingezet als toeristische trekpleister. Sinds 2015 verkeert het icoon in

een ware ontwikkelingslift en zijn er vele veranderingen doorgevoerd. Voorbeelden van deze veranderingen zijn: de toevoeging van horecagelegenheden en het eerste Europese reuzenrad boven de Noordzee.⁵²

Met behulp van het gebiedsontwikkelingsproject: *De kust gezond*, zet de gemeente Den Haag kracht bij de verbetering van de kustplaats.⁵³ Door de kustlijn weer aantrekkelijk te maken voor bewoners, bezoekers en ondernemers, verkrijgt Scheveningen-badplaats weer een 'boost' als toeristische bestemming. Dit zal niet alleen stimulerend zijn voor Haagse economie en werkgelegenheid maar ook voor de *sense of place* van de badplaats.

⁵¹ Feest aan zee, "Spetterend en onvergetelijk!" (versie 2018), <https://www.feestaanzee.nl/>, geraadpleegd 13 april 2020.

⁵² B.A. Revis, Gemeente Den Haag. Toekomst van de pier. (Den Haag: 17 februari 2015), 1-4. <https://denhaag.raadsinformatie.nl/document/3340519/1/RIS280889%20Toekomst%20van%20De%20Pier>, geraadpleegd 13 april 2020.

⁵³ Gemeente Den Haag, "Scheveningen Bad wordt opgeknapt" (versie 2020), <https://www.denhaag.nl/nl/in-de-stad/wonen-en-bouwen/bouwprojecten/gebiedsontwikkeling-scheveningen-kust/scheveningen-bad-wordt-opgeknapt.htm>, geraadpleegd 13 april 2020.

2.2 De veranderlijke roem van de wandelpier

In de beginjaren van de Scheveningse pier komt het bouwwerk in handen van Reinder Zwolsman. Deze Nederlandse zakenman en projectontwikkelaar streeft naar allure en nationale bekendheid. Onder zijn leiding verandert de Scheveningse pier naar een prijzige attractie en steeds meer mensen identificeren een dagje pierwaaien met een lege portefeuille.⁵⁴ De wandelpier verliest haar populaire status en komt vanaf 1973 in de knel. Om deze reden verkoopt de heer Zwolsman de wandelpier aan de Bredero Groep, een Utrechts vastgoedconcern.

In samenwerking met de bank van Nationale Nederlanden en het verzekeringsconcern Amfas Group wordt onder leiding van Bredero Groep, het Consortium Scheveningen opgericht. Deze organisatie streeft naar wederopbloei van Scheveningen-badplaats en vernieuwd in 1975-1976 de Wandelpier, het Kurhaus en het Circustheater.⁵⁵ Naast de opknappbeurten van de Scheveningse cultuurdragers realiseert het Consortium Scheveningen diverse appartementen en winkels. Hoewel de badplaats verandert naar een warboel van architectuur heeft het een positief effect op het toerisme. Daarentegen is de Nederlandse vrijetijdscultuur flink in opbloei en worden luxe, binnenlandse vakanties verruild voor

goedkopere, overnachtingen in een tropisch oord. De rijkere toeristen verblijven steeds vaker elders en Scheveningen verkrijgt een ware frietcultuur.⁵⁶

*“Op de pier van Scheveningen
Waar de zilte golven zingen
Zie je zo veel malle dingen
Op de Scheveningse pier”*

*“Alles wat ze achterlieten
Witte zakkies van de frieten
Na zo’n dag van piervisite
Aan de Scheveningse pier”*

- Toon Hermans.⁵⁷

In 1991 wordt de pier overgekocht door het familieconcern Van der Valk voor een symbolisch bedrag van 1,- gulden (0,45 eurocent).⁵⁸ Waar Van der Valk start met positieve toekomstplannen voor een horeca- en hotellocatie zet de familie de wandelpier in 2012 te koop. Het bouwwerk komt in 2013 in een faillissement terecht en wegens de slechte brandveiligheid wordt de wandelpier gesloten. Nadat de pier in 2014 gered wordt van de sloop door de Pier B.V., wordt het bouwwerk op 18 juli 2015 heropend. Inmiddels neemt haar populariteit weer toe.⁵⁹

Kortom, de wandelpier is weliswaar iconisch en betekenisvol voor Scheveningen-badplaats maar vraagt een hoge onderhoudsbekostiging. Veel

⁵⁴ B. de Pater en T. Sintobin, *Koninginnen aan de Noordzee. Scheveningen, Oostende en de opkomst van de badcultuur rond 1900*. (Hilversum, 2013), 46. https://books.google.nl/books/about/Koninginnen_aan_de_Noordzee.html?id=cTSAQAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q=landmark&f=false, geraadpleegd 18 april 2020.

⁵⁵ W. Bekkers, Bredero's bouwbedrijf. Familiebedrijf, mondiaal bouwconcern, ontvlechting. (Utrecht, 2005), 89-91. https://books.google.nl/books?id=Q_iDdqe6WcC&pg=PA89&lpg=PA89&dq=bredero+groep+de+pier&source=bl&ots=Wv5bYENmwj&sig=ACfU3U2VQj8enOPN-Q-jg-ey_HtAngx7IA&hl=nl&sa=X&ved=2ahUKewiercv4w_DoAhVwMewKHXHUDW0Q6AEwAnoECBUQLA#v=onepage&q=pier&f=false, geraadpleegd 18 april 2020.

⁵⁶ Andere tijden, "Parel aan de Noordzee" (versie 8 september 2013), <https://www.anderetijden.nl/aflevering/78/Parel-aan-de-Noordzee>, geraadpleegd 18 april 2020.

⁵⁷ YouTube, 'Toon Hermans. One man show 1965. De pier van Scheveningen; YouTubevideo, 07:53, (12 februari 2017), <https://www.youtube.com/watch?v=4z9GWEATzRs&t=294s>, geraadpleegd 18 april 2020.

⁵⁸ Nieuwsblad van het Noorden. (Groningen: september 1991), 5. <https://resolver.kb.nl/resolve?um=ddd:011019712:mp-eg21:pdf>, geraadpleegd 1 mei 2020.

⁵⁹ High profile events, "De pier van Scheveningen gaat als een speer" (4 april 2018), <https://www.events.nl/nieuws/de-pier-scheveningen-gaat-als-een-speer>, geraadpleegd 1 mei 2020.

eigenaren en projectontwikkelaars kwamen in de knel met de hoge exploitatiekosten. De wandelpier betreft een potentiële bestemming binnen de placemaking van Scheveningen-badplaats mits zij genoeg creatieve gebruikspatronen aanbiedt. Daarnaast

dient het gebouw goed te worden onderhouden omdat het volgens betrokkenen snel 'lelijk' oogt.⁶⁰ Dit maakt de roem van wandelpier veranderlijk en het is gevoelig voor een dalend bezoekerspeil.

⁶⁰ R. Hoen, "Scheveningen 1965" (29 maart 2018), <http://fotosouvenirs.nl/scheveningen-1965/#>, geraadpleegd 28 april 2020.

2.3 De identiteit van Scheveningen

Historische sensatie, authenticiteitsbeleving en identiteitsbesef zijn van belang voor elk dorp, stad of land. Binnen deze termen speelt gebouwd erfgoed een grote rol omdat zij ware cultuurdragers zijn in een leefomgeving. Een menselijke eigenschap is de 'honger naar beleven' en het verlangen naar een eigen identiteit.⁶¹ Middels een identiteit zijn we als mens instaat om ons te onderscheiden van anderen. Hetzelfde geldt voor onze leefomgeving. Gebouwd erfgoed markeert een landschap met een unieke identiteit. Dit geeft een gebied 'karakter' en maakt haar uniek ten opzichte van andere leefomgevingen.

De wandelpier heeft een gevoelswaarde ontwikkeld onder inwoners.⁶² Veel mensen voelen zich betrokken bij het erfgoed. Hoewel de wandelpier diverse bouwkundige veranderingen heeft doorgemaakt, bezit het bouwwerk een materiële authenticiteit.⁶³ De veranderlijke architectuur verwijst namelijk naar de

veranderlijke gebruikswaarde. Waar de wandelpier begon als een nieuw 'herkenningsteken' en bescheiden vertier, verlangen mensen nu naar een reusachtige attractie.

Naast het belang van activiteiten, is de wandelpier symbolisch. Uniek, iconisch en onlosmakelijk verbonden met de geschiedenis van de badplaats. Wanneer de wandelpier dreigt te verdwijnen, zetten betrokkenen zich in voor een duurzaam behoud. Erfgoedwaardering komt samen met angst voor verlies.⁶⁴ De wandelpier is betekenisvol voor het identiteitsbesef van inwoners en staat voor dynamisch erfgoed. Simpelweg omdat de wandelpier een potentiële bestemming is voor Scheveningen-badplaats.⁶⁵

Kortom, de belevingswaarde is daadwerkelijk van belang voor de sociaal-maatschappelijke waardering van de wandelpier en de 'sense of place' van de badplaats. Daarnaast is beleving bevorderlijk voor roem van de landmark en draagt de wandelpier een belangrijke betekenis voor Scheveningen.

⁶¹ M. Grever en C. van Boxtel, *Verlangen naar tastbaar verleden. Erfgoed, onderwijs en historisch besef*. (Hilversum, 2014), 9.
https://books.google.nl/books?hl=nl&lr=&id=BPvEBgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=erfgoed+beleven+waarden&ots=dXupWL1we8&sig=bOo_dzKasgoOSPGwym812rtpk0&redir_esc=y#v=snip&pet&q=beleven&f=false, geraadpleegd 1 mei 2020.

⁶² I. Steen, *Levend erfgoed. Waarden van erfgoed. Niet te schatten*. (Utrecht, 2007), 7-8.

⁶³ A.A.M. de Jong, *De dirigenten van de herinnering. Musealisering en nationalisering van de volkscultuur in Nederland 1815-1940*. (Nijmegen, 2001), 19-27.

⁶⁴ Ibidem, *Levend erfgoed*, 7-8.

⁶⁵ W. Frijhoff, *Dynamisch erfgoed*. (Amsterdam, 2007), 7-9.



Afbeelding 4: Zomer op Scheveningen

Hoofdstuk 3: Hoe kunnen herinneringen aan de wandelpier van Scheveningse inwoners in kaart worden gebracht?

3.1 De pier als een 'plek van herinnering'

3.1.1 Wat is een *lieu de mémoire*?

Een 'lieu de mémoire' staat voor een 'plek van herinnering', en verwijst naar een plek of omgeving dat persoonlijke en/of collectieve gevoelens losmaakt bij mensen.⁶⁶ De Franse historicus en uitvinder van de term: Pierre Nora, verwijst binnen de ethiek naar twee begrippen: *geschiedenis* en *herinneringen*.

Geschiedenis staat voor het collectieve geheugen en een herinnering verwijst naar het individuele. Geschiedenis is samengesteld door bevoorrechten, zij die bepalen dat de gebeurtenis opgeslagen moet worden in het collectieve geheugen van een land of omgeving. Daarentegen is een herinnering samengesteld door een individu, een historicus op zichzelf die als ooggetuige een gebeurtenis als dusdanig belangrijk beschouwt, dat deze doorgegeven moet worden aan volgende generaties.⁶⁷ Bij gebouwd erfgoed slaat de term op de historische betekenis waardoor

het van lokaal, regionaal of nationaal belang is.⁶⁸

3.1.2 Voor welke stakeholders is de Scheveningse pier een 'lieu de mémoire'?

De wandelpier betreft een *lieu de mémoire* voor de mensen die zich betrokken voelen bij het beeldbepalend erfgoed en er persoonlijke herinneringen aan toekennen.⁶⁹

Voor de gemeente van Den Haag is het van belang dat het bouwwerk een positieve bijdrage levert binnen de gebiedsontwikkeling van de kuststreek.⁷⁰ Scheveningen-badplaats is het boegbeeld van Zuid-Holland en een wereldstad aan zee.⁷¹ De badplaats is van belang voor de Haagse economie en werkgelegenheid. Daarnaast is Scheveningen de toeristische trekpleister van Zuid-Holland met de wandelpier als hoofdattractie. De Pier B.V. streeft dan ook naar een sterk imago en trotsheid onder betrokkenen.⁷² Hoewel de gemeente de wandelpier (nog) niet heeft bestempeld tot een gemeentelijk erfgoedmonument, vindt zij wel dat het icoon beschermd moet worden.⁷³

⁶⁶ M. Schavemaker, *The White Cube as a Lieu de Mémoire, The Future of History in the Contemporary Art Museum*. (Amsterdam: 2016), 10. https://www.reinwardt.ahk.nl/media/rwa/docs/Publicaties/WhiteCube_MSchavemaker_web.pdf, geraadpleegd 19 december 2019.

⁶⁷ G. van Veen, "Lieux de mémoire" (versie 28 april 2015), <https://historiek.net/lieux-de-memoire/49762/>, geraadpleegd 19 december 2019.

⁶⁸ Rijksdienst voor Cultureel Erfgoed. Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. *Erfgoed om bij stil te staan. Achtergrond bij verkenning herinneringserfgoed*. (Amersfoort, 2018), 2. file:///C:/Users/carmi/Downloads/Erfgoed_om_bij_stilte_staan.pdf, geraadpleegd 19 december 2019.

⁶⁹ S. van Dommelen en C.J. Pen, *Cultureel erfgoed op waarde geschat. Economische waardering, verevening en erfgoedbeleid*. (Twente), 133. https://www.platform31.nl/uploads/attachment_file/1

01/Publicatie_PL31_Cultureel_Erfgoed.pdf, geraadpleegd 6 april 2020.

⁷⁰ Gemeente Den Haag, "Scheveningenbad wordt opgeknapt" (versie 29 april 2020), <https://www.denhaag.nl/nl/in-de-stad/wonen-en-bouwen/bouwprojecten/gebiedsontwikkeling-scheveningen-kust/scheveningen-bad-wordt-opgeknapt.htm>, geraadpleegd 29 april 2020.

⁷¹ Gemeente Den Haag. *Wereldstad aan zee. Structuurvisie Den Haag 2020*. (Den Haag: 2005), 53. <http://www.toekomstscheveningenbad.nl/scheveningenkust/structuurvisie2020.pdf>, geraadpleegd 29 april 2020.

⁷² R. van Hilten, "De pier, van oude glorie tot spectaculaire evenementen..." (versie 3 juli 2019), <https://www.events.nl/nieuws/de-pier-van-oude-glorie-tot-spectaculaire-evenementenlocatie>, geraadpleegd 20 december 2019.

⁷³ Gemeente Den Haag, "Antwoord van het college op de vragen van het raadslid de heer Dubbelaar, luidend - De Pier een gemeentelijk monument"

Daarnaast is de wandelpier van belang voor inwoners en bezoekers. Waar toeristen genieten van de wandelpier als attractie, zijn inwoners gehecht aan hun stadsgezicht. De wandelpier hoort bij de cultuurhistorische geschiedenis van

Scheveningen-badplaats en individuen kennen er persoonlijke herinneringen aan toe. Deze bijzondere betekenissen en herinneringen maken het bouwwerk tot een uniek Nederlands icoon en onmisbaar onderdeel van Scheveningenstrand.⁷⁴

(september 2017),
<https://denhaag.raadsinformatie.nl/document/5722950/1/RIS297693%20%20De%20Pier%20een%20gemeentelijk%20monument>, geraadpleegd 1 mei 2020.

⁷⁴ B. Revis, Gemeente Den Haag. Overeenkomst de Pier 2^e fase. (19 maart 2018).

<https://denhaag.raadsinformatie.nl/document/6279081/2/RIS299356%20Commissiebrief%20Overeenkomst%20De%20Pier%202e%20fase%20docx>, geraadpleegd 1 mei 2020.

3.2 Een collectief, mentaal stadslandschap

3.2.1 Wat is de methode van *mental mapping*?

In 1960 introduceert Kevin Lynch de onderzoeksmethode van mental mapping; een methode om te achterhalen wat mensen voelen bij hun leefomgeving.⁷⁵ Een mindmap of mentale kaart, staat voor een individuele, selectieve representatie van de werkelijkheid. De werkelijkheid is universeel bekend maar een individuele representatie is persoonlijk. Deze onderzoeksmethode is afkomstig uit de *cognitieve psychologie*, wat staat voor de *mentale verbeelding door de mens*. Door diverse mindmaps met elkaar te vergelijken ontstaan er raakvlakken met betrekking tot een plek, een ervaring of waardering. Deze zogeheten raakvlakken leveren de ingrediënten voor een collectief mentaal stadslandschap.⁷⁶

Er is een groot verschil tussen een mentale kaart en een algemene stadsplattegrond. Een mentale kaart is namelijk persoonlijk en bestaat uit mentale beelden die middels eigen gebruik (routes), beleving, waardering en associaties zijn opgeslagen. Deze opgeslagen beelden worden gebruikt voor de oriëntatie binnen een gebied en bij de waardering van 'nieuwe' indrukken.⁷⁷ Een mindmap brengt inzicht in de volgende samenhangende aspecten van de identiteit van omgeving:

- I. *Gebruik & Oriëntatie*
- II. *Beleving*
- III. *Waardering*

Mental mapping is niet alleen bruikbaar om de gevoelens van een persoon over zijn/haar leefgebied in kaart te brengen maar ook om antwoorden te krijgen op vragen als: *Welke stedelijke elementen spelen een belangrijke rol bij de oriëntatie van een persoon in een stad? Welke plekken vindt men typerend in het gebied? Of: Welke stedelijke onderdelen zijn markante dragers in positieve 'de trots' van de gemeenschap en negatieve zin?*

De identiteit van een omgeving kan worden gerelateerd aan landmarks die stedelijke kenmerken met culturele aspecten in verband brengen. De onderzoeksmethode van mental mapping levert eigenlijk een nieuwe stadsplattegrond met karakteristieke onderdelen uit de realiteit. Doordat deelnemers hun mentale beeldvorming in kaart brengen, bestaat de 'nieuwe' plattegrond uit diverse persoonlijke herinneringen.⁷⁸ Deze perspectieven zijn cruciaal voor de sociaal-maatschappelijke (her)waardering van een omgeving.⁷⁹

⁷⁵ W. Sulsters, L. Schubert, *Mental mapping van stedelijke gebieden*. (2006), 32. <file:///C:/Users/carmi/Downloads/9060-Artikel%20Tekst-21844-1-10-20180818.pdf>, geraadpleegd 26 december 2019.

⁷⁶ Ibidem, 33.

⁷⁷ WSA, *Mental mapping Mariahoeve*. (Den Haag, 2005), 1-6. http://www.identiteitenbranding.nl/pdf/Mariahoeve_

[Mental_mapping_WSA.pdf](#), geraadpleegd 24 december 2019.

⁷⁸ WSA, *Mental mapping Mariahoeve*. (Den Haag, 2005), 1-6.

http://www.identiteitenbranding.nl/pdf/Mariahoeve_Mental_mapping_WSA.pdf, geraadpleegd 4 januari 2020.

⁷⁹ R. Hoen, "Scheveningen 1965" (versie 29 maart 2018), <http://fotosouvenirs.nl/scheveningen-1965/>, geraadpleegd 20 december 2019.

3.2.2 De Wandelpier op de mindmap

Met de onderzoeksmethode van mental mapping is het mogelijk om een gebied te visualiseren en kan de gemeenschappelijk betekenis in kaart worden gebracht. Door de betekenis van de Scheveningse pier als 'lieu de mémoire' in kaart te brengen, kan de essentiële en karakteristieke aard van de wandelpier worden gedetecteerd. Dit resulteert in een weergave van de sociaal-maatschappelijke waardering en een gedeeld gevoel over de 'sense of place'.

De onderzoeksmethode van mental mapping is ingezet om herinneringen op te halen bij inwoners. De wandelpier is onderdeel van een zogeheten gemeenschapswaarde en is samen met het Kurhaus en de vuurtoren een onmisbaar onderdeel van het stadsgezicht.

Door inwoners een mindmap voor te leggen van de wandelpier met een aantal aangestipte locaties, worden er specifieke herinneringen opgehaald. Deze lokale herinneringen leveren raakvlakken op de mindmap en zijn typerend voor een 'plek van herinnering'. De specifieke herinneringen zijn bevorderlijk voor profilering van het bouwwerk. Deze profilering kan bijdragen in toekomstplannen, ontwikkeling, identiteitsversterking en herwaardering.⁸⁰

Daarnaast ontstaat er met deze onderzoeksmethode een narratieve weergave van de wandelpier. Dit is niet alleen zeer interessant maar ook typerend voor de historische achtergrond en de veranderlijke vrijetijdscultuur.⁸¹ Het aantal opgehaalde herinneringen is dus tekenend voor een 'kleurrijk' mentaal pier-landschap.

⁸⁰ W. Sulsters, L. Schubert, *Mental mapping van stedelijke gebieden*, (2006), 31-35.
<file:///C:/Users/carmi/Downloads/9060-Artikel%20Tekst-21844-1-10-20180818.pdf>, geraadpleegd 27 december 2019.

⁸¹ L. Reinders, *In het hoofd en op papier*, (2008), 22-26.
<file:///C:/Users/carmi/Downloads/3611-Artikel%20Tekst-11020-1-10-20160912.pdf>, geraadpleegd 27 december 2019.



Afbeelding 4: Pierwauien

Hoofdstuk 4: Een collectief, mentaal pier-landschap

4.1 Herinneringen ophalen

4.1.1 Onderzoekenquête, onderzoeksmethode en validiteit

Binnen het onderzoek naar de pier van Scheveningen is er gebruikgemaakt van een onderzoekenquête. Deze enquête bestaat uit een aantal kwantitatieve en kwalitatieve vraagstellingen. Sinds 1 januari 2019 wonen er 17.780 mensen in Scheveningen.⁸² Voor het onderzoek is de totale populatie van 17.780 inwoners meegenomen in de berekening van de foutmarge en steekproefgrootte.⁸³ Tijdens het surveyonderzoek hebben 150 deelnemers de online-enquête beantwoord. Bij een betrouwbaarheidsniveau van 95% bezit deze enquête een foutmarge van 8%.⁸⁴ De deelnemers van de enquête zijn benaderd via het onlineplatform Facebook. Om een goede validiteit van het onderzoek te waarborgen zijn de inwoners benaderd via de volgende Facebookgroepen:

- *Op Scheveningen*
- *Stadsdeel Scheveningen Agenda*
- *Scheveningen*
- *Wat is het fijn, om een Scheveninger te zijn*
- *Politiek op Scheveningen*

4.1.2 Onderzoeksresultaten en conclusies

De onderzoeksresultaten die zijn voortgekomen uit de onderzoekenquête duiden op een aantal conclusies (bijlage 1: resultaten van de onderzoekenquête). Zo zijn de meeste respondenten van het vrouwelijke geslacht en bevinden de meeste mensen zich in de

leeftijdscategorie van 50 t/m 59 jaar oud. Daarnaast woont maar liefst 47% van de respondenten in Scheveningen en 30% woont in of rondom Den Haag.

Ook kan er worden geconcludeerd dat de meeste mensen bekend zijn met de pier van Scheveningen. Maar liefst 99% van de respondenten kent het icoon en 92% vindt het daadwerkelijk belangrijk dat Scheveningen in het bezit is van een 'herkenningsteken'. Van de 150 respondenten heeft 89% aangegeven dat hij/zij de wandelpier beoordeelt als landmark. Daartegenover hebben 16 personen (11%) aangegeven dat de wandelpier voor hen niet staat voor beeldbepalend erfgoed. Bij ruim 60% van de deelnemers (94 van de 150 mensen), veroorzaakt de wandelpier heimwee, een geluksgevoel en trotsheid. Dit is belangrijk voor de 'sense of place' van de wandelpier. De overige 37% uit diverse gevoelens met betrekking tot het bouwwerk. Zo voelt 9% van de respondenten zich betrokken en 7% is simpelweg ontevreden over de wandelpier.

Met betrekking tot de creatieve gebruikspatronen van de 'sense of place' vindt bijna 90% van de respondenten het 'redelijk belangrijk' tot 'heel belangrijk' dat er activiteiten worden aangeboden door de bestemming. Slechts een kleine 12% is van mening dat er helemaal geen activiteiten nodig zijn op de wandelpier. Daartegenover staat het feit dat ruim 70% van de respondenten (107 mensen) het ouderwetse pierewaaien verkiest boven andere activiteiten. Er kan dus worden geconcludeerd dat het aanbod van activiteiten belangrijk is voor bezoekers

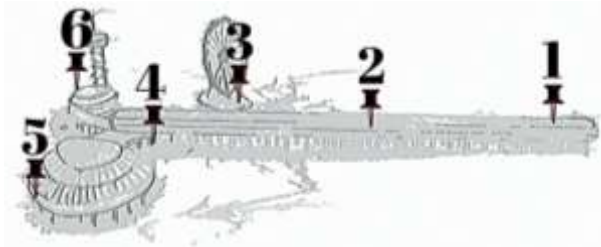
⁸² Alle cijfers, "Informatie wijk 07 Scheveningen" (versie 1 januari 2019), <https://allecijfers.nl/wijk/wijk-07-scheveningen-den-haag/>, geraadpleegd 2 mei 2020.

⁸³ N. Verhoeven, *Wat is onderzoek? Praktijkboek voor methoden en technieken*. (Den Haag: Boom Lemma Uitgevers, 2014), 196.

⁸⁴ SurveyMonkey, "Foutmargeberekening" (versie 22 mei 2020), <https://nl.surveymonkey.com/mp/margin-of-error-calculator/>, geraadpleegd 22 mei 2020.

maar dat deze niet het 'klassieke pierewaaien' kunnen vervangen.

In de onderzoekenquête is er aan de respondenten gevraagd of zij een 'plek van herinnering' konden aanwijzen middels de onderstaande mindmap:



FIGUUR 2: DE WANDELPIER OP DE MINDMAP

Maar liefst 47 respondenten hebben aangegeven dat het toren-eiland (nummer 6) voor hen een belangrijke 'plek van herinnering' is. Op de tweede plek komt het zonne-eiland (nummer 5) met 28 respondenten en op de derde plek verkiezen de respondenten het midden van de wandelpier (nummer 2). Verder hebben 12 personen een andere plek aangegeven waar zij belangrijke herinneringen aan toekennen. Zo hebben 6 mensen aangegeven liever neutraal te blijven, 2 mensen dat zij de hele pier belangrijk vinden en 4 respondenten hebben herinneringen aan het

afgebroken vierde pier-eiland/stalen-eiland. De respondenten hebben in de onderzoekenquête hun persoonlijke herinnering beschreven en daar is een (beroeps)product uit voortgekomen (bijlage 2: Beroepsproduct en verantwoording). In het product wordt er verwezen naar de wandelpier en zeven *lieux de mémoires*. Op elke plek is een gedicht geschreven middels de raakvlakken (overeenkomende antwoorden) van de respondenten. Door de herinneringen van de 150 respondenten te analyseren op raakvlakken en samen te brengen in één product, ontstaat er een leesbaar, mentaal stadslandschap van de wandelpier.

Daarnaast is uit de onderzoeksresultaten gebleken dat 101 respondenten (67%) de wandelpier een positieve beoordeling geeft als toeristische attractie en dat ruim 70% van de respondenten vindt dat de wandelpier een onmisbaar icoon is. Slechts 4 van de 150 respondenten is van mening dat de wandelpier geen icoon is voor Scheveningen. Hieruit kan worden geconcludeerd dat bijna 100% van de ondervraagden van mening is dat de pier van Scheveningen onmisbaar is in het stadsgezicht van de badplaats.

Conclusie

Binnen het onderzoek naar de Scheveningse pier is er gekeken naar de historische achtergrond van de wandelpier en haar iconische betekenis voor de Scheveningen-badplaats. De wandelpier staat voor beeldbepalend erfgoed en kan daarom ook worden gezien als een landmark aan de Haagse kuststreek. Naast haar iconische betekenis staat het bouwwerk symbool voor de naoorlogse wederopbouwperiode, de toenemende vrijetijdscultuur en is het gebouw kenmerkend voor de zakelijke, architectonische bouwstijl. De wandelpier is onlosmakelijk verbonden met de cultuurhistorische geschiedenis en staat in lijn met haar voorganger het *Wandelhoofd Koningin Wilhelmina* en de nationalisering van Scheveningenstrand.

Naast nationale bekendheid bezit de pier van Scheveningen een zogeheten 'sense of place' en is het bouwwerk een belangrijk onderdeel van de *placemaking* van Scheveningen-badplaats. Hierbij speelt de belevingswaarde een belangrijke rol en is het van belang dat bezoekers activiteiten kunnen beleven op de wandelpier. Een zogeheten belevingswaarde is namelijk bevorderlijk voor de sociaal-maatschappelijke (her-)waardering van de wandelpier en kan bijdragen aan het identiteitsbesef van betrokkenen. Daarnaast is een levendige wandelpier tekenend voor de populariteit en een positief bezoekerspeil.

Ten slotte is er gekeken naar de herinneringswaarde en hoe deze in kaart kan worden gebracht. Persoonlijke herinneringen van betrokkenen kunnen bevorderlijk zijn voor de sociaal-maatschappelijke (her-)waardering van het bouwwerk. Middels de methode van

mental mapping zijn deze zogeheten herinneringen in kaart gebracht en is het 'lieu de mémoire' opnieuw belicht. De onderzoeksresultaten van het veldonderzoek tonen aan hoeveel mensen bekend zijn met de wandelpier en dat een groot deel van de populatie haar beschouwd als landmark. Overigens is uit de enquête gebleken dat de meeste mensen 'beleven' op de wandelpier belangrijk vinden maar deze zogeheten creatieve gebruikspatronen het authentieke pierewaaien niet kunnen vervangen. Met behulp van voorgetekende mindmap hebben de respondenten een 'plek van herinnering' aangegeven en deze zijn met elkaar vergeleken. Hieruit is een collectief, mentaal stadslandschap ontstaan en deze herinneringen zijn verwerkt in een (beroeps)product.

Kortom, in hoeverre is de Scheveningse pier een 'lieu de mémoire' voor de inwoners van Scheveningen? De pier van Scheveningen is in grote mate een 'lieu de mémoire' voor Scheveningse inwoners omdat dit is gebleken uit het bureau- en veldonderzoek. Een groot deel van de respondenten heeft een 'plek van herinnering' aangewezen op de mindmap en hiermee het collectief, mentaal stadslandschap van de wandelpier 'gekleurd'. Maar liefst 146 van de 150 respondenten heeft aangegeven dat de wandelpier staat voor een 'onmisbaar icoon' in het stadsgezicht en dat even pierewaaien gevoelens wekt, zoals: heimwee, een geluksgevoel en trotsheid. Scheveningen bezit dus niet alleen een iconisch landmark met een cultuurhistorische erfgoedwaarde maar ook een 'lieu de mémoire' dat bij betrokkenen diverse gevoelens losmaakt.

Literatuurlijst

Boek

- Bekkers, W., *Bredero's bouwbedrijf. Familiebedrijf, mondiaal bouwconcern, ontvlechting*. Utrecht: Rozenberg Publishers, 2005.
https://books.google.nl/books?id=Q_iDdqpe6WcC&pg=PA89&lpg=PA89&dq=bredero+groep+de+pier&source=bl&ots=Wv5bYENmwj&sig=ACfU3U2VQjj8enOPNQ-jg-ey_HtAngx7IA&hl=nl&sa=X&ved=2ahUKewiercv4w_DoAhVwMewKHXHUDW0Q6AEwAnoECBUQLA#v=onepage&q=pier&f=false.
- Crefcoeur, P., *Scheveningen wordt mondain, 125 jaar Kurhaus, kroonjuweel van de Maatschappij Zeebad Scheveningen*. Scheveningen: Muzee Scheveningen, 2010.
- Frijhoff, W., *Dynamisch erfgoed*. Amsterdam: Sun uitgeverij, 2007.
- Gilbert, W.G., *Scheveningen en zijn pier*. Scheveningen: N.V. Exploitatie Maatschappij Scheveningen, 1961.
- Grever, M. en C. van Boxtel, *Verlangen naar tastbaar verleden. Erfgoed, onderwijs en historisch besef*. Hilversum: Verloren B.V., 2014.
https://books.google.nl/books?hl=nl&lr=&id=BPvEBgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=erfgoed+beleven+waarderen&ots=dXupWL1we8&sig=bOo_dzKasgoOSPGwym812rtpk0&redir_esc=y#v=snippet&q=beleven&f=false.
- Hale, R., *Pavilions on the Sea, a history of the Seaside Pleasure Pier*. London: Cyril Bainbridge, 1986.
- Herlé, M., *De pier van Scheveningen*. Voorburg: Uitgeverij De Nieuwe Haagsche, 2001.
- Jacobs, J., *The Death and Life of Great American Cities*, 1961.
- Pater, de B. en T. Sintobin, *Koninginnen aan de Noordzee. Scheveningen, Oostende en de opkomst van de badcultuur rond 1900*. Hilversum, 2013.
https://books.google.nl/books/about/Koninginnen_aan_de_Noordzee.html?id=-cTSAQAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q=landmark&f=false.
- Verhoeven, N., *Wat is onderzoek? Praktijkboek voor methoden en technieken*. Den Haag: Boom Lemma Uitgevers, 2014.

Websites

- Alle cijfers, "Informatie wijk 07 Scheveningen" (versie 1 januari 2019).
<https://allecijfers.nl/wijk/wijk-07-scheveningen-den-haag/>.
- Andere tijden, "Parel aan de Noordzee" (versie 8 september 2013).
<https://www.anderetijden.nl/aflevering/78/Parel-aan-de-Noordzee>.

- Architectenweb, "Plan voor duurzame herbestemming De Pier" (versie 14 februari 2013). <https://architectenweb.nl/nieuws/artikel.aspx?ID=30908>.
- Boschma, C., "Plezier op de pier: doe een dagje strand in Scheveningen" (versie 12 mei 2017).
<https://www.dagjeweg.nl/nieuwsredactie/22915/Plezier%20op%20De%20Pier%3A%20doe%20een%20dagje%20strand%20in%20Scheveningen>.
- Capelleven, van R., "Scheveningse pier. Markant bouwwerk in Scheveningen".
<https://www.absolutefacts.nl/zuid-holland/scheveningen/pier.htm>.
- De Pier, "beeldbepaler van Scheveningen Bad" (versie 2013).
<http://www.rtvdiscus.nl/columns/column%202013/column%2016-02-2013.htm>.
- De Pier, "Welkom op de pier" (versie 2019).
<https://www.pier.nl/>.
- Feest aan zee, "Geschiedenis badplaats, 200 jaar Scheveningenbad" (versie 2018).
<https://denhaag.com/nl/feestaaizee/geschiedenis>.
- Feest aan zee, "Spetterend en onvergetelijk!" (versie 2018).
<https://www.feestaaizee.nl/>.
- Gemeente Den Haag, "Antwoord van het college op de vragen van het raadslid de heer Dubbelaar, luidend - De Pier een gemeentelijk monument" (september 2017).
<https://denhaag.raadsinformatie.nl/document/5722950/1/RIS297693%20%20De%20Pier%20een%20gemeentelijk%20monument>.
- Gemeente Den Haag, "Scheveningen-badplaats. Cultureel erfgoed.
file:///F:/Afstuderen/Lesmateriaal%20per%20week/Scheveningen%20Badplaats_%202.3%20Cultureel%20erfgoed.html.
- Gemeente Den Haag, "Scheveningen Bad wordt opgeknapt" (versie 2020).
<https://www.denhaag.nl/nl/in-de-stad/wonen-en-bouwen/bouwprojecten/gebiedsontwikkeling-scheveningen-kust/scheveningen-bad-wordt-opgeknapt.htm>.
- Haagsetijden, "Een badplaats" (versie 14 december 2019).
<https://www.haagsetijden.nl/tijdslijn/burgers-en-stoommachines/een-badplaats>.
- Hart voor Den Haag Groep de Mos, "Maak van de pier een gemeentelijk monument" (versie 17 augustus 2017).
<https://www.hartvoordenhaag.nl/maak-pier-gemeentelijk-monument/>.
- High profile events, "De pier van Scheveningen gaat als een speer" (4 april 2018).
<https://www.events.nl/nieuws/de-pier-scheveningen-gaat-als-een-speer>.
- Hilten, van R., "De pier, van oude glorie tot spectaculaire evenementen..." (versie 3 juli 2019).
<https://www.events.nl/nieuws/de-pier-van-oude-glorie-tot-spectaculaire-evenementenlocatie>.
- Historisch informatiepunt, "Het wandelhoofd van Scheveningen".
http://www.historischdenhaag.nl/pagina/151/het_wandelhoofd_van_scheveningen.

- Hoen, R., "Scheveningen 1965" (29 maart 2018).
<http://fotosouvenirs.nl/scheveningen-1965/#>.
- IsGeschiedenis, "Pier van Scheveningen brandde vaker af" (10 mei 2020).
<https://isgeschiedenis.nl/nieuws/pier-van-scheveningen-brandde-vaker-af>.
- Kondor Wessels Vastgoed, "De pier van Scheveningen" (versie 10 mei 2020).
<https://www.kondorwessels.nl/nl/projectontwikkeling/detail/de-pier-van-scheveningen>.
- Kooperen, van N., "De pier, beeldbepaler van Scheveningen bad" (versie 2013).
<http://www.rtvdiscus.nl/columns/column%202013/column%2016-02-2013.htm>.
- Koops, E. "Pierewaaier, betekenis en herkomst" (versie 11 juli 2019).
<https://historiek.net/pierewaaier-betekenis-herkomst/100813/>.
- H.W. Lindeboom. "Anteagroup. Aanmeldingsnotitie m.e.r.- beoordeling. Reuzenrad en pop-up hotel op De Pier van Scheveningen" (Den Haag, 2015).
<https://denhaag.raadsinformatie.nl/document/3347219/1>.
- Nieuwsblad.be, "Dit zijn s 'werelds mooiste pieren volgens CNN" (versie 29 juli 2014).
https://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20140729_01196220?pid=4116173.
- NOS Nieuws, "Scheveningse pier in verval" (versie 15 november 2012).
<https://nos.nl/video/441056-scheveningse-pier-in-verval.html>.
- Omroep West, "Schuldeisers van oude Scheveningse pier krijgen hun geld terug" (versie 6 februari 2019). <https://www.omroepwest.nl/nieuws/3765253/Schuldeisers-van-oude-Scheveningse-Pier-krijgen-hun-geld-terug>.
- Paternotte, B., "Scheveningse pier wordt geen rijksmonument" (versie 7 februari 2013).
<https://politiek.tpo.nl/2013/02/07/scheveningse-pier-wordt-geen-rijksmonument/#>.
- Scheveningen, "Pier van Scheveningen-Uitkijkpunt".
<https://scheveningen.com/nl/uitkijkpunt/9088/pier-van-scheveningen.html>.
- Stichting Atlantikwall Museum Scheveningen, "Atlantikwall" (versie 2016-2017).
<https://www.atlantikwallmuseum.nl/atlantikwall/>.
- SurveyMonkey, "Foutmargeberekening" (versie 22 mei 2020).
<https://nl.surveymonkey.com/mp/margin-of-error-calculator/>.
- Trouw, "Brand op de pier van Scheveningen" (versie 9 september 2011).
<https://www.trouw.nl/nieuws/brand-op-de-pier-van-scheveningen~ba715375/?referer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>.
- Veen, van G., "Lieux de mémoire" (versie 28 april 2015).
<https://historiek.net/lieux-de-memoire/49762/>.

- Dommelen, van S. en C.J. Pen, Cultureel erfgoed op waarde geschat. Economische waardering, verevening en erfgoedbeleid. Twente, 2014.
https://www.platform31.nl/uploads/attachment_file/101/Publicatie_PL31_Cultureel_Erfgoed.pdf.
- Gemeente Den Haag, Scheveningen 2020: levende badplaats. Economische visie Scheveningen-Kuststrook. Den Haag, 2006.
<http://www.toekomstscheveningenbad.nl/vragenaangemeente/rapporten/eindrapportZKA.pdf>.
- Gemeente Den Haag. Wereldstad aan zee. Structuurvisie Den Haag 2020. Den Haag, 2005.
<http://www.toekomstscheveningenbad.nl/scheveningenkust/structuurvisie2020.pdf>.
- Jong, de A.A.M., De dirigenten van de herinnering. Musealisering en nationalisering van de volkscultuur in Nederland 1815-1940. Nijmegen, 2001.
- Nieuwsblad van het Noorden. Groningen, 1991.
<https://resolver.kb.nl/resolve?urn=ddd:011019712:mpeg21:pdf>.
- Noord, van J., Wandelhoofd net niet naar de haaien. Scheveningse pier weer springlevend. Scheveningen, 2001.
<file:///F:/Afstuderen/De%20Pier%20Scheveningen/scheveningsepier2001.pdf>.
- Project for public spaces, Placemaking. What if we built our cities around places? 2018. https://assets-global.website-files.com/5810e16f876cec6bcbd86e/5b71f88ec6f4726edfe3857d_2018%20placemaking%20booklet.pdf.
- Provincie Zuid-Holland, Beeldbepalend erfgoed Zuid-Holland. Bijzondere gebouwen en plekken als symbool voor ontwikkeling van dorp, stad of streek. Zuid-Holland, 2018.
<http://geo.zuid-holland.nl/data/chs/tekst/BBE/Publicatie%20Beeldbepalend%20Erfgoed%20Zuid-Holland.pdf>.
- Reinders, L., In het hoofd en op papier. 2008.
<file:///C:/Users/carmi/Downloads/3611-Artikel%20Tekst-11020-1-10-20160912.pdf>.
- Revis, B.A., Commissarisbrief Overeenkomst De pier 2^e fase. Den Haag, 2018.
<https://denhaag.raadsinformatie.nl/document/6279081/2/RIS299356%20Commissiebrief%20Overeenkomst%20De%20Pier%202e%20fase%20docx>.
- Revis, B.A., Gemeente Den Haag. Toekomst van de pier. Den Haag, 2015.
<https://denhaag.raadsinformatie.nl/document/3340519/1/RIS280889%20Toekomst%20van%20De%20Pier>.
- Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed. Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. Eenheid en verscheidenheid. Een zoektocht naar een integrale cultuurhistorische waardestelling van het materiële erfgoed. Amersfoort, 2014.
[file:///C:/Users/carmi/Downloads/eenheid-en-verscheidenheid-brochure%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/carmi/Downloads/eenheid-en-verscheidenheid-brochure%20(2).pdf).
- Rijksdienst voor Cultureel Erfgoed. Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. Erfgoed om bij stil te staan. Achtergrond bij verkenning herinneringserfgoed.

Amersfoort, 2018.

file:///C:/Users/carmi/Downloads/Erfgoed_om_bij_stil_te_staan.pdf.

- Schavemaker, M., *The White Cube as a Lieu de Mémoire, The Future of History in the Contemporary Art Museum*. Amsterdam, 2016.
https://www.reinwardt.ahk.nl/media/rwa/docs/Publicaties/WhiteCube_MSchavemaker_web.pdf.
- Steen, I., *Levend erfgoed. Waarden van erfgoed. Niet te schatten*. Utrecht, 2007.
- *Straatwaarden Atelier 1#: placemaking. Reader*. Amsterdam, 2016.
https://erfgoedstem.nl/wp-content/uploads/2016/03/1-Straatwaarden_Reader-Placemaking_def.pdf.
- Sulsters, W., L. Schubert, *Mental mapping van stedelijke gebieden*. 2006.
file:///C:/Users/carmi/Downloads/9060-Artikel%20Tekst-21844-1-10-20180818.pdf.
- Van Mourik architecten, *Identiteit en architectuur*. Den Haag, 2007.
https://www.architectenvanmourik.nl/media/pages/research/architectuur-and-identiteit/pdf/2590443192-1551343488/avm.identiteit-en-architectuur-pdf_web.pdf.
- Vitruvius, *Wie bepaalt de waarde van erfgoed? Steenhuis Meurs rubriek 38*. 2017.
file:///F:/Afstuderen/Lesmateriaal%20per%20week/wk2_2017_SteenhuisMeurs_Wie%20bepaalt%20de%20waarde%20van%20erfgoed.pdf.
- WSA, *Mental mapping Mariahoeve*. Den Haag, 2005.
http://www.identiteitenbranding.nl/pdf/Mariahoeve_Mental_mapping_WSA.pdf.
- ZKA, *Scheveningen 2020: Levende badplaats. Economische visie Scheveningen-kuststrook*. Den Haag, 2006.
file:///F:/Afstuderen/Lesmateriaal%20per%20week/eindrapportZKA.pdf.

Tijdschrift

- Faro, *Tijdschrift over Cultureel Erfgoed*. Brussel, 2014.
https://issuu.com/faronet/docs/sept2014_issuu.

Afbeeldingen

- Afb. cover. Onbekende fotograaf, *Blauwe Smeg koelkast*, afkomstig uit: Brugman, "Ga voor retro met Smeg" (25 augustus 2017).
<https://www.brugman.nl/blog/keuken/ga-voor-retro-met-smeg/>.
- Afb. 1. Onbekende fotograaf, *De pier van Scheveningen* (2019), afkomstig uit: Hiltten, van R., "De pier, van oude glorie tot spectaculaire evenementen..." (3 juli 2019). <https://www.events.nl/nieuws/de-pier-van-oude-glorie-tot-spectaculaire-evenementenlocatie>.
- Afb. 2. Onbekende fotograaf, *Luchtfoto van Scheveningen, Nederland (1920-1940)*, afkomstig uit: *Wikimedia communes*, "File: NIMH - 2011 - 0452 - Aerial photograph of Scheveningen, The Netherlands" (4 mei 2020).

https://commons.wikimedia.org/wiki/File:NIMH_-_2011_-_0452_-_Aerial_photograph_of_Scheveningen,_The_Netherlands_-_1920_-_1940.jpg.

- Afb. 3. Onbekende fotograaf, Scheveningen 1965, afkomstig uit: Foto souvenirs, "Scheveningen 1965" (29 maart 2018).
<http://fotosouvenirs.nl/scheveningen-1965/#>.
- Afb.4. Onbekende fotograaf, De pier en een deel van het strand van Scheveningen tijdens de extreme zomer van vorig jaar, afkomstig uit: Nederlands Dagblad, "Zo bereiden Zuid- en Oost-Nederland zich voor op een hittegolf" (versie 22 juni 2019).
<https://www.nd.nl/nieuws/nederland/525329/zo-bereiden-zuid-en-oost-nederland-zich-voor-op-een-hittegolf>.

Figuren

- Fig. 1. Placemaking model, afkomstig uit: Project for public spaces, "What is placemaking?" (versie 2007), <https://www.pps.org/article/what-is-placemaking>.
- Fig. 2. Tekenaar Carmilla Bollen, De wandelpier op de mindmap.

Tentoonstellingscatalogi

- Mast, van der M., Henk Overduin en Gerrit van der Rook, *De Scheveningse Pier*, uitgave bij tent. Den Haag: Haags Gemeentemuseum, 1978.

Video's

- Haagse filmbank, 1964-Plaatsen vierde piereiland; beeldbank video, 10:06, (19 maart 2010), <http://www.haagsefilmbank.nl/archieven/1644?highlight=pier>.
- YouTube, Toon Hermans. One man show 1965. De pier van Scheveningen; YouTubevideo, 07:53, (12 februari 2017),
<https://www.youtube.com/watch?v=4z9GWEATzRs&t=294s>.

Bijlagen

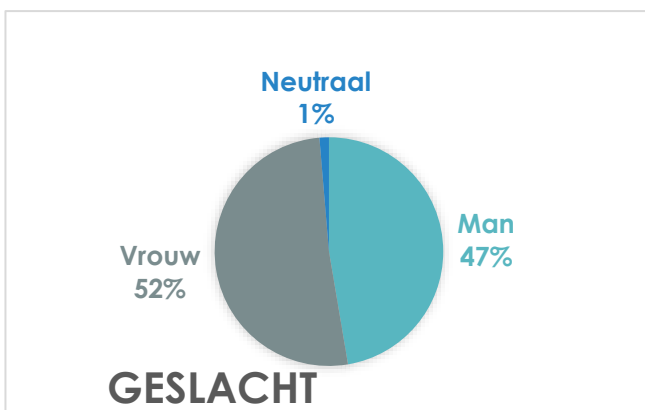
Bijlage 1: Resultaten van de onderzoekenquête

Vraag 1: Wat is uw leeftijd?

De tabel hiernaast weergeeft de diverse leeftijden van de respondenten. De meeste respondenten bevinden zich in de leeftijdscategorie van 50 jaar t/m 59 jaar oud.

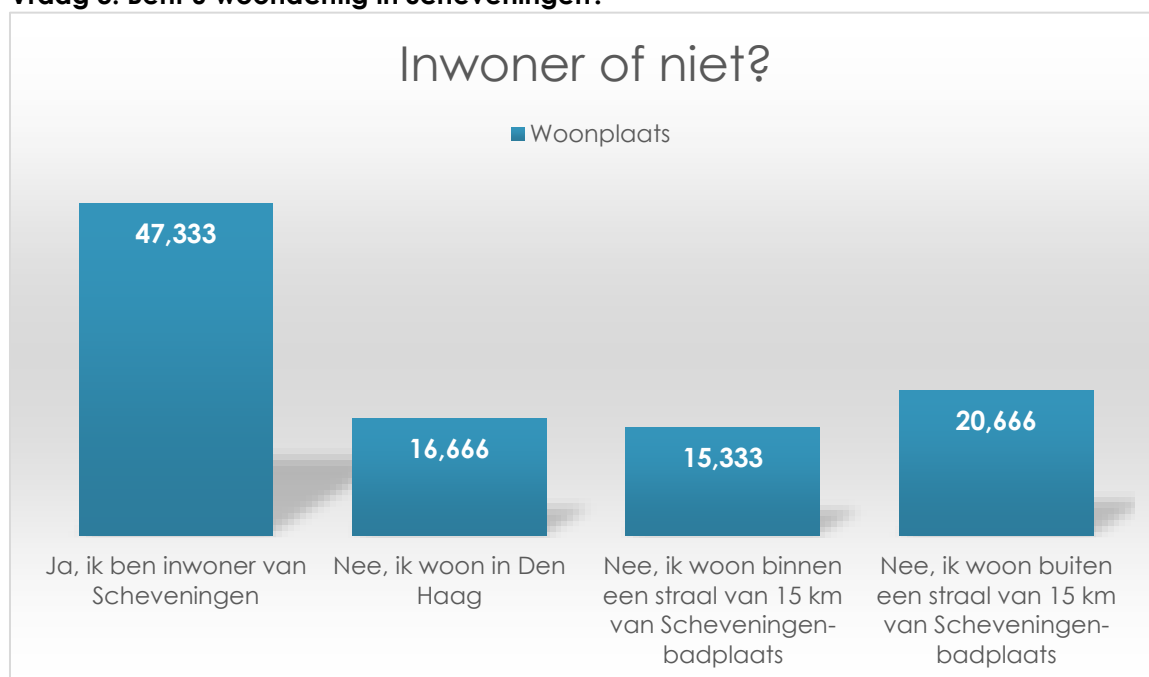
Leeftijdscategorie:	Aantal:
10 t/m 19 jaar oud	
20 t/m 29 jaar oud	
30 t/m 39 jaar oud	
40 t/m 49 jaar oud	
50 t/m 59 jaar oud	
60 t/m 69 jaar oud	
70 t/m 79 jaar oud	

Vraag 2: Wat is uw geslacht?

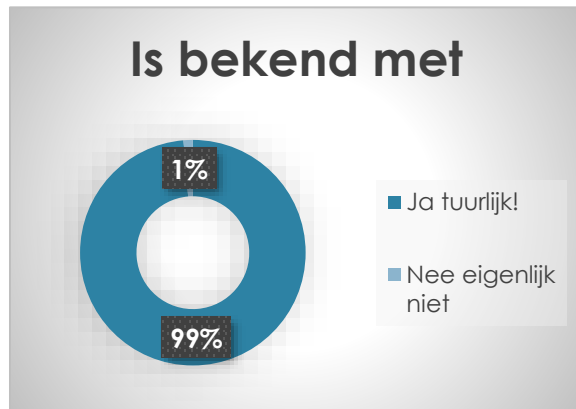


Uit de survey blijkt dat 52% van de respondenten vrouw is, 47% is man en 1% van de deelnemers heeft aangegeven liever neutraal te blijven.

Vraag 3: Bent u woonachtig in Scheveningen?



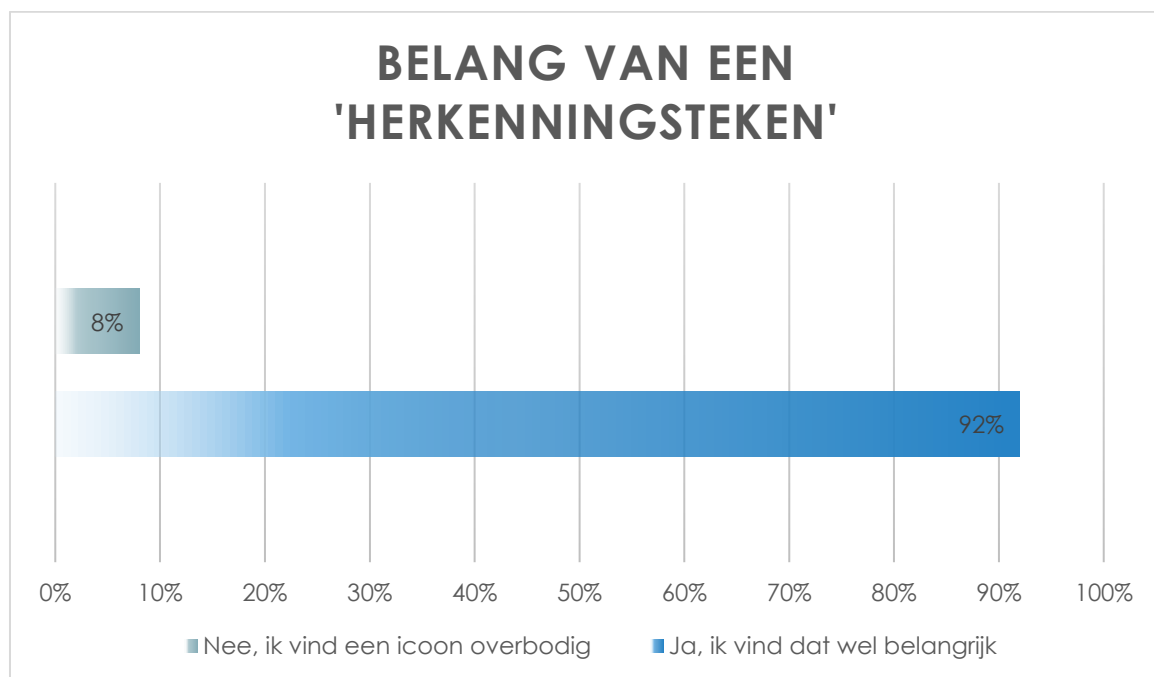
Maar liefst 47% van de respondenten is inwoner van Scheveningen. Twintig procent van de respondenten is woonachtig buiten een straal van 15 km en 30% van de respondenten woont in of rondom de stad Den Haag.



Vraag 4: Bent u bekend met de pier van Scheveningen?

Uit de onderzoekenquête blijkt dat 99% van de respondenten bekend is met de Scheveningse pier. Maar 2 van de 150 mensen heeft aangegeven dat hij of zij het icoon eigenlijk niet kent.

Vraag 5: Scheveningen bezit sinds 1901 een uniek stadsgezicht en nationale bekendheid wegens haar wandelpier. Van 1901-1943 stond het Wandelhoofd Koningin Wilhelmina (=de eerste wandelpier) voor het Kurhaus. Nadat dit icoon is afgebrand tijdens de Tweede Wereldoorlog verlangde men naar wederopbouw en de tweede en huidige pier werd opgebouwd tussen 1959 tot 1961. **Vindt u het belangrijk dat Scheveningen-badplaats in het bezit is van een iconisch/zeldzaam 'herkenningsteken' voor de kustplaats?**



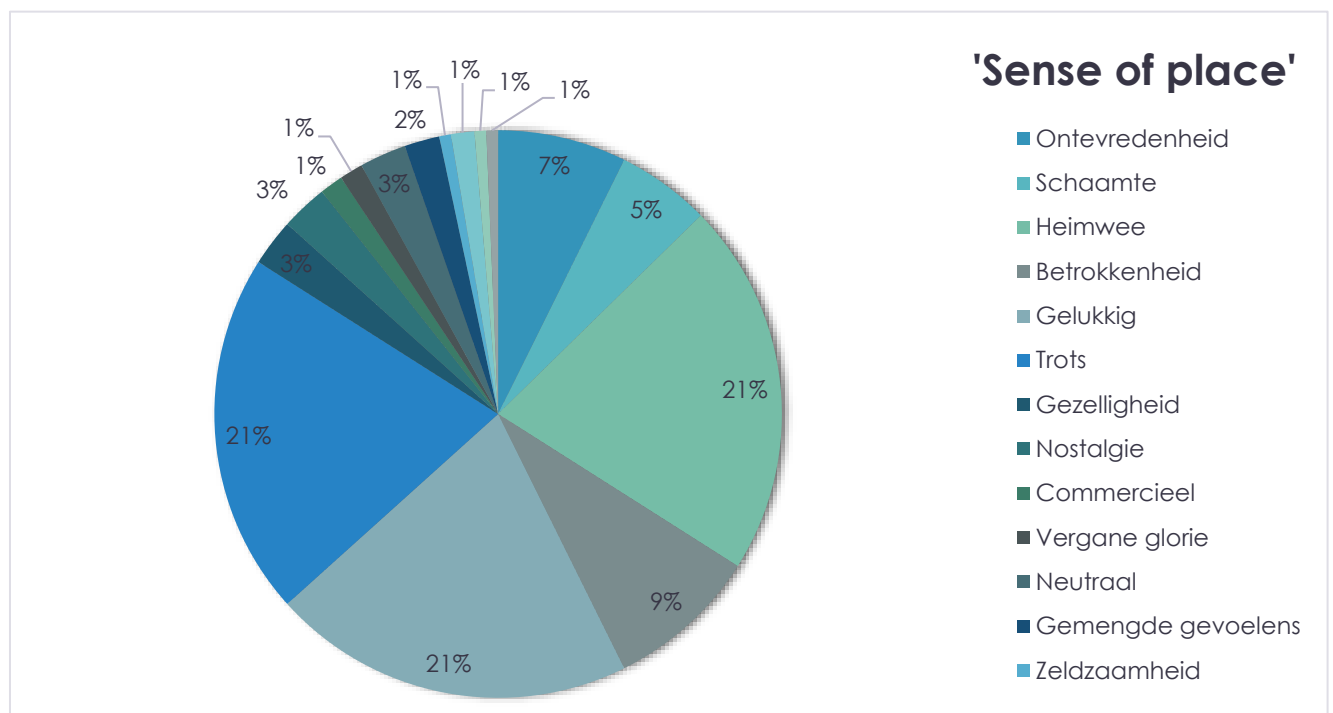
Maar liefst 92% van de deelnemers heeft aangegeven dat hij of zij het daadwerkelijk belangrijk vindt dat Scheveningen in het bezit is van een herkenningsteken. De overige 8% vindt een icoon voor de kustplaats eigenlijk overbodig.

Vraag 6: Waardeert u de Scheveningse wandelpier als 'landmark' (=beeldbepalend erfgoed) binnen het stadsgezicht van de badplaats?

Van de 150 respondenten heeft 89% aangegeven dat hij/zij de wandelpier beoordeelt als landmark. Daartegenover hebben 16 personen (11%) aangegeven dat de pier van Scheveningen voor hen niet staat voor beeldbepalend erfgoed.

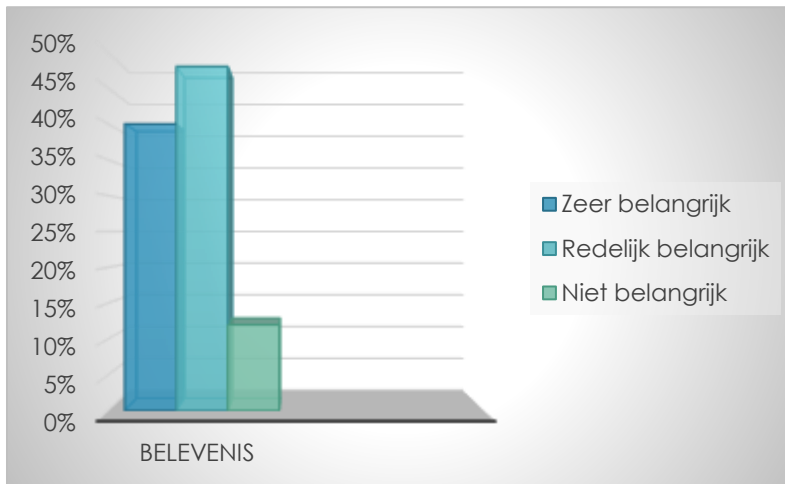


Vraag 7: Bij 'placemaking' staat de leefomgeving van mensen centraal en wordt een plek onderzocht aan de hand van gevoelens. Door mensen te vragen naar hun wensen, behoeftes en gevoelens met betrekking tot hun leefomgeving kan de identiteit van een plek worden gedefinieerd. Als betrokkene kent u bepaalde gevoelens toe aan de Scheveningse wandelpier. **Welk gevoel roept de Scheveningse pier bij u op?**



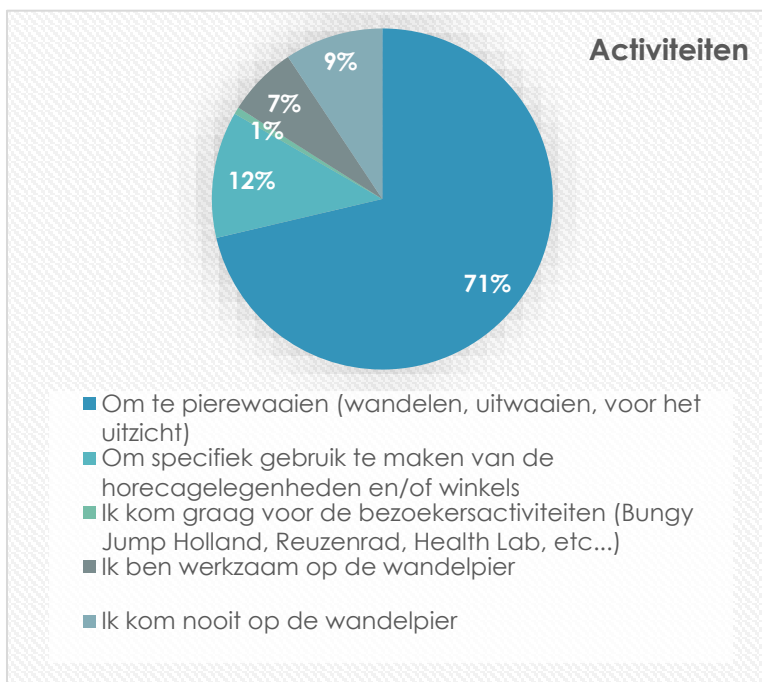
In het bovenstaande cirkeldiagram zijn de gevoelens van respondenten zichtbaar. Bij ruim 60% van de deelnemers (94 van de 150 mensen), veroorzaakt de Scheveningse wandelpier heimwee, een geluksgevoel en trotsheid. Dit betreft een positieve uitslag met betrekking tot de 'sense of place' van de wandelpier. De overige 37% uit diverse gevoelens met betrekking tot het bouwwerk. Zo voelt 9% van de respondenten zich betrokken bij het bouwwerk en 7% is simpelweg ontevreden over de wandelpier.

Vraag 8: Hoe belangrijk vindt u belevenis en de aanwezigheid van activiteiten op de wandelpier? Denk hierbij aan: evenementen, horecagelegenheden, speelaccomodaties voor kinderen en attracties.



In de grafiek is af te lezen dat bijna 50% (72 mensen) van de respondenten van mening is dat activiteiten op de wandelpier 'redelijk belangrijk' zijn. Daarentegen zegt 40% van de respondenten (60 mensen) activiteiten wel 'heel belangrijk' te vinden. Slechts 12% vindt activiteiten helemaal niet van belang.

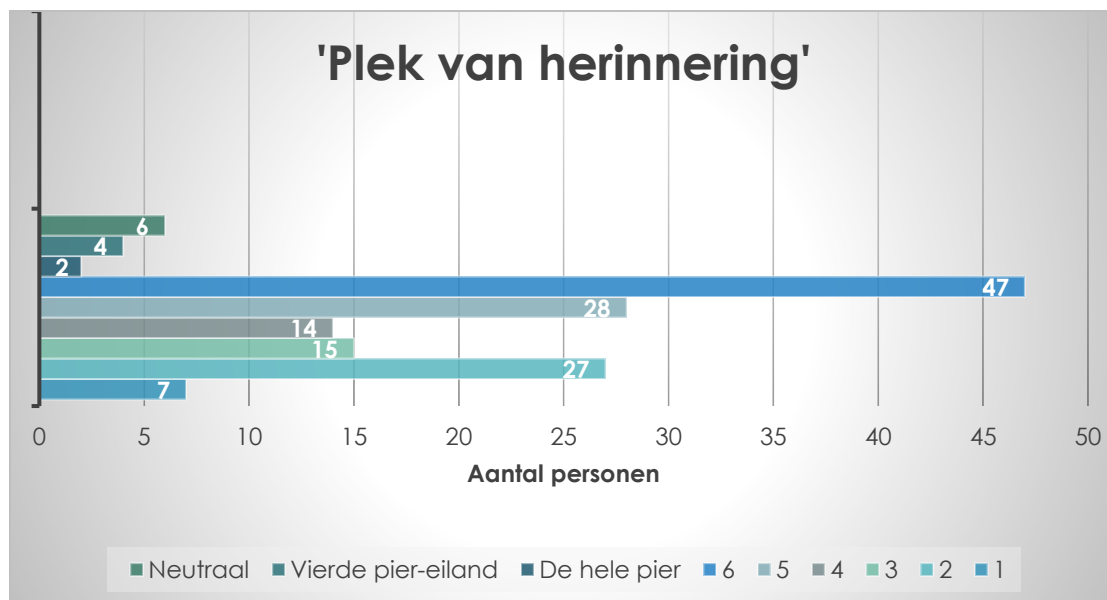
Vraag 9: Voor welke activiteit(en) bezoekt u het liefst de wandelpier?



In het cirkeldiagram is af te lezen dat ruim 70% van de respondenten (107 mensen) simpelweg het liefst (ouderwets) wil pierewaaien op de wandelpier. Verder komt 12% van de respondenten speciaal voor de horeca- en winkelgelegenheden, 7% van de respondenten is zelf werkzaam op de wandelpier en 9% komt eigenlijk nooit op de Scheveningse pier.

Vraag 10: Een mindmap/mentale kaart staat voor een individuele, selectieve representatie van de werkelijkheid. Deze mindmaps zijn handig om belangrijke herinneringen op te slaan in het geheugen. Iedereen bewaart herinneringen in zijn of haar mentale stadslandschap van Scheveningen. Hieronder is een tekening weergegeven van de Scheveningse pier.

Welke 'plek van herinnering' is voor u het belangrijkste in uw mindmap?



Maar liefst 47 respondenten hebben aangegeven dat het toren-eiland (nummer 6) voor hen een belangrijke 'plek van herinnering' is. Op de tweede plek komt het zonne-eiland (nummer 5) met 28 respondenten en op de derde plek verkiezen de respondenten het midden van de wandelpier (nummer 2). Verder hebben 12 personen een andere plek aangegeven waar zij belangrijke herinneringen aan toekennen. Zo hebben 6 mensen aangegeven liever neutraal te blijven, 2 mensen dat zij de hele pier belangrijk vinden en 4 respondenten hebben herinneringen aan het afgebroken vierde pier-eiland/stalen-eiland.

Vraag 11: Bij vraag 10 heeft u een 'plek van herinnering' aangegeven. **Kunt u deze mooie/speciale herinnering beschrijven?** (Maak kans op een unieke prijs!)

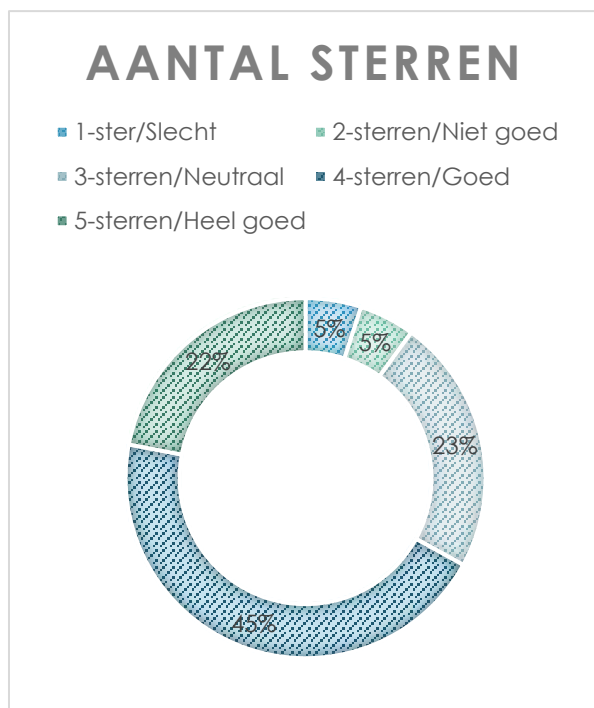
Bij vraag 10 is zichtbaar dat de herinneringen van de respondenten zijn verbonden aan zes locaties en drie andere antwoorden. Om raakvlakken te kunnen aanwijzen op de mindmap van de wandelpier is het van belang om overeenkomsten te vinden. De herinneringen zijn daarom per locatie beoordeeld en hieruit zijn de volgende overeenkomsten gebleken:

'Plek van herinnering': Veelgebruikte definities/opvallende herinneringen:

Plek 1	Startpunt naar de eilanden Toegang betalen Zoenen onder de pier Looppad naar werk Toeristische trekpleister
Plek 2	Mijmeren Uitzicht Looppad boven zee Heimwee Pierewaaien Familie/vrienden Commercieel Winkels Jeugdherinneringen Gezelligheid Livemuziek Hapje en een drankje Schotse klederdrachtparade jaren 70 Techno feest Pip
Plek 3	Vroeger Piraten-eiland Reuzenrad Guldens Speelautomaten Nostalgie Cadeaus MasterChef Duitsland 2016 Dates
Plek 4	Uitzicht Kijken Zonsondergang Dierbaren Om de pier heen zwemmen Kijken naar de bungeejumptoren Foto's maken
Plek 5	Van der Valk Uiteten met familie/vrienden Kurhaus Zon Het uitzicht Vuurwerk Koffiedrinken Memorabele momenten Huwelijksaanzoek The Health Lab Toentertijd

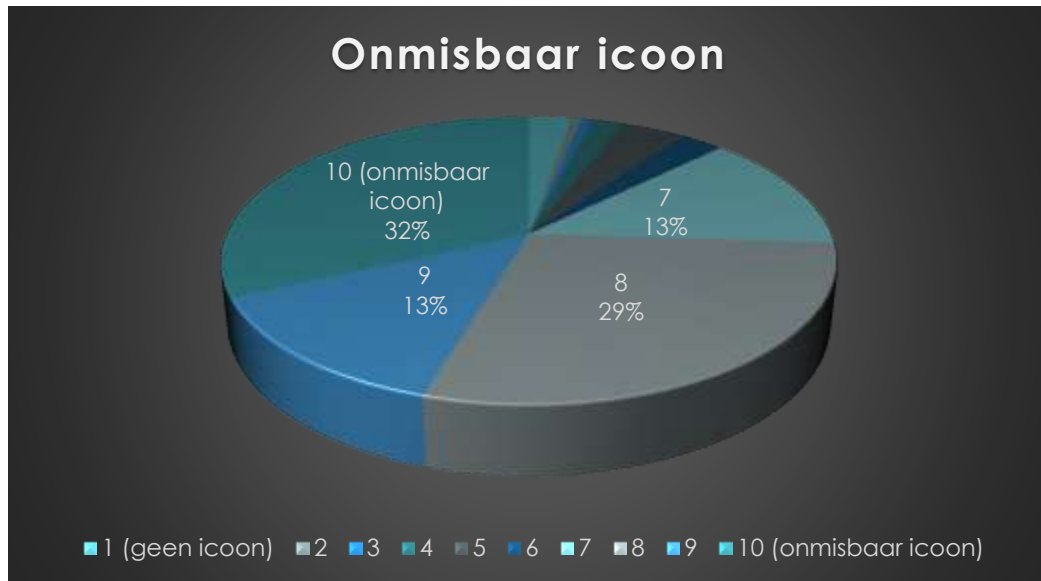
Plek 6	Familie Uitzicht Pannenkoeken eten Toren-eiland Bungyjump Zeestorm Uitwaaien Uitzichtpunt Woonplaats kunnen zien Eindeloos kijken Weg van het vaste land Troost Hotelovernachting in de Piersuite Nadenken Romantiek Vissen met familie Flintstonesdorp in 1965
De hele pier	Scheveningen Bijzonder Beleven Livemuziek
Vierde pier-eiland	Onderwaterwereld Magische belevens Als kind Jeugdherinneringen Vierde-piereiland

Vraag 12: Met hoeveel sterren beoordeelt u de pier van Scheveningen als toeristische trekpleister/attractie?



Bij vraag 12 hebben maar liefst 68 respondenten (45%) de Scheveningse pier beoordeeld met 4-sterren. Daarnaast beoordeelt 22% van de respondenten de wandelpier met 5-sterren (heel goed) en 23% blijft liever neutraal bij deze vraag. Dit betekent dat maar liefst 101 respondenten (67%) de wandelpier een positieve beoordeling geeft als toeristische attractie.

Vraag 13: Welk cijfer op de schaal van 1(geen icoon) tot 10(onmisbaar icoon) geeft u aan de wandelpier als beeldbepalend erfgoed?

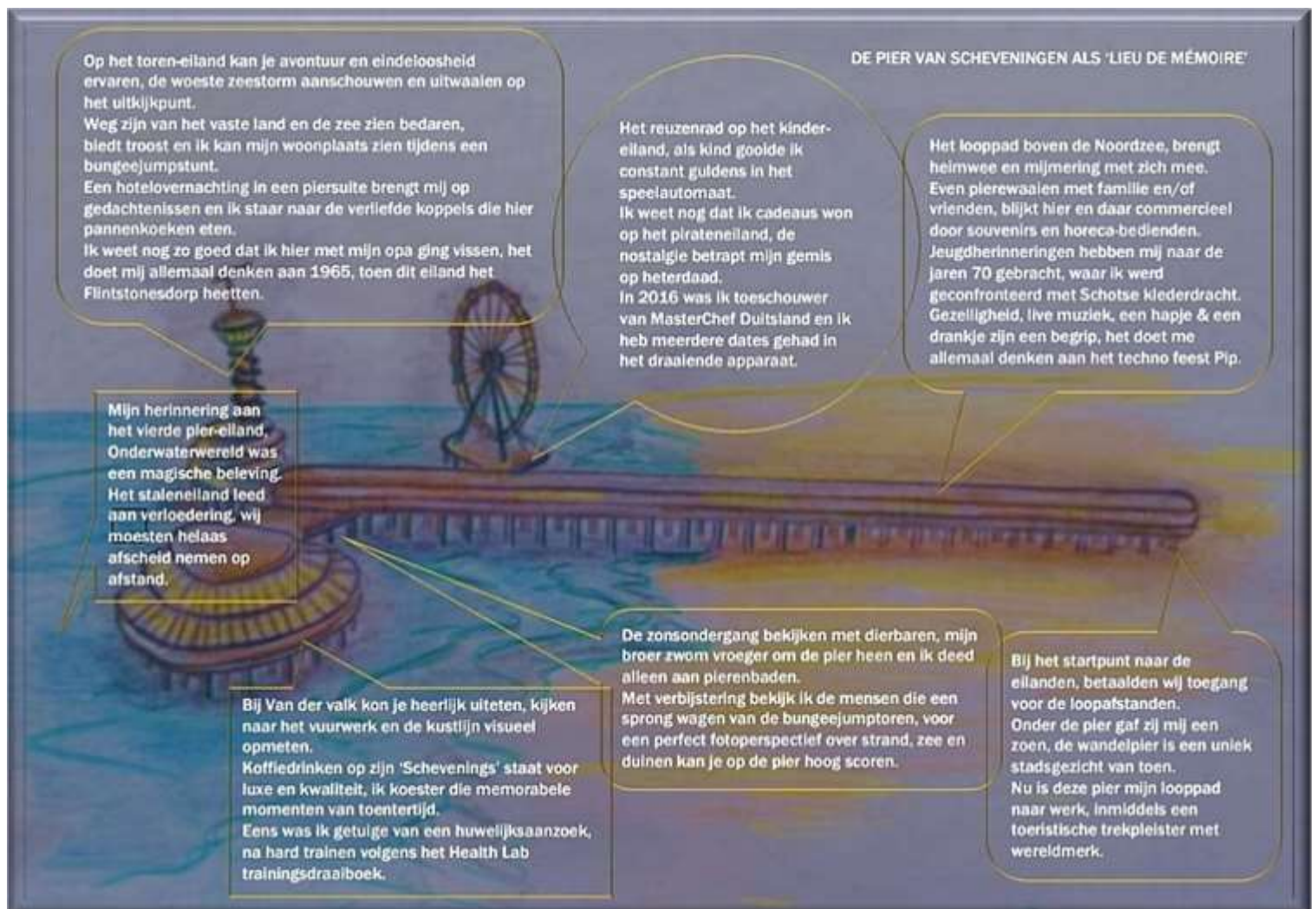
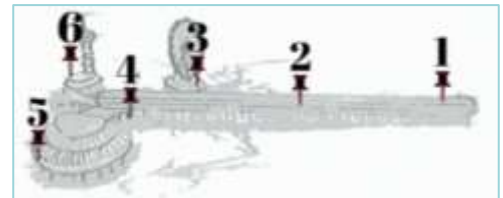


Ruim 70% van de respondenten beoordeelt de wandelpier met een 8, 9 of 10 als onmisbaar icoon in de kustplaats. Dertien procent van de respondenten geeft een zeven aan het icoon en de overige 13% beoordeelt de wandelpier met een 6 of lager. Maar 4 van de 150 respondenten is van mening dat de wandelpier geen icoon is voor Scheveningen.

Vraag 14: Wilt u kans maken op een unieke Scheveningse prijs?! Laat dan hieronder uw e-mail achter.

Open vraagstelling.

Bijlage 2: (Beroeps)product en verantwoording



Het onderzoek naar de pier van Scheveningen heeft geresulteerd in een toepasselijk beroepsproduct. Het product sluit aan bij de hoofdvraag van het onderzoek en maakt een ware vertalingsslag naar het antwoord, namelijk dat de wandelpier staat voor een 'plek van herinnering'. De sociaal-maatschappelijke waardering van de wandelpier is in kaart gebracht middels de methode van mental mapping en het beroepsproduct dient ter bewustwording en identiteitsbesef. Ik heb het design zelf getekend en de raakvlakken die zijn voortgekomen uit het veldonderzoek gecombineerd per 'plek van herinnering'. In totaal zijn er zeven 'lieux de mémoires' weergegeven middels een gedicht. Elk gedicht staat in lijn met de specifieke locatie en de opgegeven herinneringen van de respondenten. Doordat het design is geproduceerd als koelkastmagneet wordt men elke dag geconfronteerd met het ontwerp en de betekenis van de beeldbepalende wandelpier. Een koelkast wordt binnen een gemiddeld huishouden meerdere keren per dag gebruikt en is dus een ideale plek voor een beeld van Scheveningse bewustwording.