

# IMAGO PENDRECHT OPGEVIJZELD

- > Publiciteitscampagne loopt nog tot juni 2011
- > Nieuwe groep actieve wijkbewoners



De langlopende publiciteitscampagne *Pendrecht is goed bezig* heeft effect, blijkt uit een media-analyse. 'De berichtgeving over de Rotterdamse wijk Pendrecht is nu meestal positief', zegt wijkcampagneleider Joop Stobbe van corporatie Woonstad Rotterdam. 'We zien ook dat bewoners reageren bij negatieve uitlatingen. Dat accepteren ze niet meer.'

De campagne startte in het voorjaar van 2009 en loopt nog tot juni 2011. Elke maand staat een project centraal waarbij bewoners betrokken zijn, met steeds een andere doelgroep. Alle Pendrechtters krijgen maandelijks een aankondiging in de bus en bij het metrostation staat een enorme poster van de 'held' van het project. In september is dat de 17-jarige Maxwell. Hij is oproepkracht bij *Thuis op straat*, een straatproject voor jongeren. Volgens Stobbe, zijn het vaak bestaande

activiteiten, maar bieden ook nieuwe mensen iets aan. Zoals een Afrikaanse vrouw die een vereniging wil starten, een dansklasje, een brassband of taallessen. Stobbe: 'Ik ben vaak zo verrast wat bewoners kunnen en hoe zij zich inzetten voor Pendrecht. Zij vormen een enorm sociaal kapitaal voor de wijk.' De campagne stimuleert bovendien actieve bewoners om hun krachten te bundelen. Stobbe: 'We hebben nu een groep van dertien helden die willen samenwerken. Ze kunnen elkaar bijvoorbeeld helpen bij subsidieaanvragen of bij contacten met winkeliers. Wij ondersteunen deze samenwerking, zodat ze straks zelf verder kunnen.' Mede door de campagne is het imago volgens Stobbe sterk verbeterd: 'Pendrecht is gewoon een mooie woonbuurt, problemen zijn incidenten.'