

GEMEENTE EINDHOVEN
MARCO KARSEMAKERS EN EMMA BRIGGS

SAMEN WONEN, WERKEN EN ONTSPANNEN IN DE EINDHOVENSE BINNENSTAD

Met **Marco Karssemakers** en Emma Briggs, verantwoordelijk voor het vestigingsklimaat en detailhandel & horeca bij de gemeente Eindhoven, bespreken we twee interessante thema's. Als eerste hoe er door Eindhoven per deelgebied wordt gekeken naar de perfecte mix tussen mensen, retail, horeca en openbare voorzieningen op basis van sferen. Het tweede onderwerp heeft alles te maken met de uitdagingen van de Eindhovense binnenstad; wat gebeurt er met een plek waar opeens veel meer mensen tegelijk gaan wonen en leven?

We beginnen met die strategische aanpak van de verschillende deelgebieden want dat is een bijzondere strategie natuurlijk. 'Het gaat om het samenstellen van voorzieningen op basis van de sfeer in een deelgebied,' zegt **Briggs**. 'Sommige mensen voelen zich wat meer op hun gemak in Strijp-S dan in Winkelcentrum Woensel. Op beide plekken kun je het aanbod van retail en horeca zo samenstellen waardoor de ondernemer zich er thuisvoelt.' **Karssemakers** legt uit dat het gaat om de mentaliteit van zo'n gebied. 'Waarom heb je een bepaalde stamkroeg? Omdat je je daar op je gemak voelt. Er komen gelijkgestemden die jouw taal spreken. Zo analyseren we de stad, dragen dit uit en proberen we voor zover mogelijk dat gevoel te versterken.' In gesprekken met bijvoorbeeld nieuwe ondernemers die Eindhoven nog niet goed kennen, kunnen we meedenken over een goede locatie in de stad, zo legt **Karssemakers** uit. 'Dan zeggen we: als dit jouw mentaliteit is dan kun je beter daar kijken want daar tref je het publiek met een vergelijkbare mentaliteit aan. Je moet je als ondernemer met je concept daar thuisvoelen en dat heeft te maken met het publiek dat in jouw zaak en die van de burens komt.'

DE NIEUWE EMMASINGEL

Briggs geeft een voorbeeld van hoe dat werkt in de praktijk. De Nieuwe Emmasingel, niet zo lang geleden bij het centrum gevoegd, is daar een goed voorbeeld van. 'De binnenstad is van iedereen, maar er zijn verschillende gebieden met verschillende mentaliteiten. Bij de acquisitie is het handig als ondernemers die sfeer voelen en versterken. Als Kruidvat zich wil vestigen in de Nieuwe Emmasingel is dat misschien niet zo'n handige keuze. Dat wil niet zeggen dat daar geen drogisterijketen moet komen, maar Kruidvat past misschien beter bij het kerngebied met relatief meer traffic, voelt wat vreemd aan naast een winkel als Hutspot.'

Deze manier van werken geeft veel richting voor een pro-actief beleid, zo legt **Briggs** uit. 'Ik benader de ondernemers die passen in deze omgeving en neem ze mee naar het gebied zodat ze snappen waarom ze daar passen. Je kan echt targeten en een hoop leed voorkomen; landelijke retail- of horecabedrijven kennen die lokale situatie niet en wij wel.' **Karssemakers** vertelt dat deze strategie ook qua lokaal beleid goed functioneert. 'Er waren bijvoorbeeld discussies over openingstijden en de zorg was dat mensen van het ene naar het andere gebied zouden lopen 's nachts. Maar wij konden met dit verhaal duidelijk maken dat die beweging niet op gang komt. Mensen blijven graag hun eigen plekje trouw. We zijn bijvoorbeeld bezig met de herinrichting van de stad en dan kijken wij naar plekken waar mensen graag met de auto naartoe gaan. Dat heeft gevolgen voor het publiek en dus moet je daar rekening mee houden. Ja, je kan een straat autovrij maken, maar dat betekent ook dat ondernemers andere keuzes gaan maken en dat die straat van publiek gaat veranderen.'

Het tweede onderwerp dat we bespreken met de gepassioneerde retail- en horeca-experts is de verdichting



Marco Karssemakers en Emma Briggs



© PETER VAN AALST



MONIQUE LIST-DE ROOS, WETHOUDER BINNENSTAD:

“Het aantrekkelijk houden van de binnenstad voor inwoners en bezoekers is een belangrijke opgave voor ons. Ook omdat ondernemers in de binnenstad zorgen voor veel werkgelegenheid. De binnenstad is een belangrijke vestigingsfactor voor nieuwe bedrijven en potentiële Eindhovenaren. Daarom gaan we actief het gesprek aan met projectontwikkelaars. Met ons acquisitieteam, onze mensen van economische zaken en van ruimtelijke ontwikkeling zitten we als volwaardige partner aan tafel. We bieden ontwikkelaars de ruimte. Letterlijk, maar ook in het flexibel invullen van een locatie. Deze open mind verwachten we ook van hen. Samen komen we verder.”



© ROBERT COOLEN

van de binnenstad. Bedrijven als ASML groeien flink en dus hebben ze mensen nodig uit de hele wereld en die mensen moeten ook ergens wonen en leven. Daarom wordt er de komende jaren fors gebouwd aan woningvoorzieningen. **Karssemakers**: ‘Wist je dat het centrum van oudsher heel weinig inwoners heeft? Vijftien jaar geleden woonden er nog geen 5.000 mensen in het centrum, je kwam naar het centrum om uit te gaan, werken, studeren of te winkelen en daarna ging je weer weg. Nu wonen er steeds meer mensen in het centrum, inmiddels zo’n 10.000 en omdat het drukker wordt, verandert het aanbod in de stad. We hebben jarenlang geen supermarkt in het centrum gehad en nu drie.’

NADENKEN OVER DE BINNENSTAD

De binnenstad gaat dus meer een plek om te wonen worden, maar ook om te werken. En daar moet je dus over nadenken. ‘Het is dan belangrijk wat je met de plint doet,’ legt **Karssemakers** uit. ‘Dat je vooraf zegt: wat voor invulling moet een plint hebben zodat deze een meerwaarde voor het gebouw of gebied heeft. Is de plint zo relevant dat men bereid is om meer te betalen om daar te wonen, werken of verblijven? In plaats van dat je een woonontwikkeling maakt en daarna niet weet wat je met de onderkant moet. Dat het dan toch weer een sportschool gaat worden terwijl buiten de fietsen bij wijze van spreken op de stoep staan. Je moet echt nadenken

over de meerwaarde voor de ontwikkeling vanaf de eerste dag. Je kan als ontwikkelaar echt iets toevoegen aan het gevoel van de binnenstad.’

Interessant in Eindhoven is dat in de binnenstad wonen, werken, winkelen en ondernemen steeds meer bij elkaar gaan komen. Waar in de afgelopen decennia maakbedrijven naar de randen van de stad verdwenen, is het steeds beter mogelijk dat die ‘fabrieken’ gedeeltelijk terugkeren naar de stad. De high tech werkplaatsen stinken immers niet meer en maken geen herrie waardoor ze kunnen mengen met andere functies. De Eindhovense high tech maakindustrie is in een felle battle for talent verwickeld met andere high tech regio’s in de wereld. ‘Je moet hen iets bieden. Stel dat je een geweldige werkgever bent die alles wilt doen voor zijn mensen? Dan helpt het als je in het centrum van Eindhoven zou zitten met alle voorzieningen en een intercystation in plaats van op een perifeer bedrijventerrein.’

Karssemakers denkt dat het ook goed kan werken voor de leefbaarheid van de stad als alle functies bij elkaar komen in de binnenstad. ‘Je krijgt er een compleet andere dynamiek bij.’ **Briggs** heeft daar wel een goede opmerking over, ze legt uit dat zo’n beweging altijd van onderaf komt. Mensen trekken naar de stad omdat er werk is, gaan er wonen en de handel gaat mee in die beweging. ‘Als je in staat bent om mensen bij elkaar te brengen dan creëer je handel. Wat niet werkt, is

krampachtig vasthouden aan de oude mentaliteit om te zeggen: de binnenstad is voor winkelen en een broodje. Als we dat blijven doen sterven we uit.’

TERUG NAAR DE BASIS

Volgens **Briggs** moeten we terug naar de basis, waar komen we vandaan als mens? ‘Wij moeten nu eenmaal eten en drinken, daarvoor moeten we werken én we zijn sociale dieren. Als je dat bij elkaar zet dan ontstaat vanzelf de plek waar commercie opbloeit. Dat is het gevolg van mensen die elkaar ontmoeten en niet andersom. Eindhoven Centrum is interessant omdat er veel mensen samenkomen.’ **Karssemakers** denkt dat De Strip op de High Tech Campus een goed voorbeeld is van de manier waarop je ontmoetingen kan stimuleren zodat mensen gaan samenwerken. ‘Destijds werd gezegd: iedereen treft elkaar in die strip en dan krijg je dus dat iemand met verstand van Social Design een hardcore ontwerper ontmoet. Dat hij of zij vertelt welk soort chip hij heeft bedacht en dat die ander dan vertelt welke gevolgen soortgelijke ontwerpen voor de samenleving kunnen hebben. Wij denken dat een deel van de maakindustrie naar het centrum kan. Zo is het toch ook begonnen? De Lichttoren was gewoon een fabriek van Philips.’

DE EINDHOVENSE WEG

De manier waarop die ontwikkeling zal verlopen, zou je de Eindhovense weg kunnen noemen, zegt **Briggs**. ‘Ik zie wel flexplekken ontstaan waar ook een zaagmachine of draaibank staat. Dan gaat het een beetje op Medina in Marrakech lijken, dat vind ik een mooi voorbeeld van een stad zoals een stad kan zijn. Daar wordt van alles gemaakt en verhandeld, naast elkaar.’ Dus wat zou de Brabantse variant op Medina zijn? ‘Iemand werkt achter een Macbook, daarnaast is een ander iets moois aan het zagen en verderop punnikt iemand een mooi sjaaltje. Die sfeer van verschillende groepen en functies bij elkaar past goed bij Eindhoven. We zetten niets voor niets actief in op de samenwerking tussen de overheid, onderwijsinstellingen en bedrijven en dat is geen holle kreet. We doen het hier samen.’

SAMENWERKEN

Samenwerken, daar gaat het dus om, zo legt **Karssemakers** uit. ‘Philips stimuleerde met clubs en wijken dat je moet samenwerken. Die mentaliteit zag je terug in de jaren negentig toen de stad zich opnieuw moest uitvinden na operatie Centurion bij Philips en het faillissement van DAF. Toen kwam het besef dat je



het echt met elkaar moet doen en dat zijn de overheid, bedrijven en kennisinstellingen ook echt gaan doen.’ In Eindhoven geloven ze dan ook dat die functies bij elkaar komen. Dat het mogelijk moet zijn om een plek te krijgen waar je kan werken, wonen en leven. ‘Strijp S was vroeger een bedrijventerrein en dat is nu een hele fijne woonwijk waar veel te doen is én je kunt werken. Kinderen die daar opgroeien, zien hun ouders werken. Dat is belangrijk.’

Briggs denkt dat het te maken heeft met de historie van Eindhoven om van niets iets te maken. ‘Voordat Philips hier kwam, was er bijna niets en dan komt er een bedrijf dat heel snel groeit op basis van voor elkaar zorgen. Dat kunnen wij heel goed. Wij moeten er hard voor werken, we hebben nog wel een weg te gaan om heel Nederland te laten beseffen dat het hier geweldig toeven is. Dat mensen hier snappen dat die bedrijvigheid zo belangrijk is. Ik zie dat buitenlanders zich echt verwonderen over wat er hier allemaal kan; we denken altijd in mogelijkheden.’