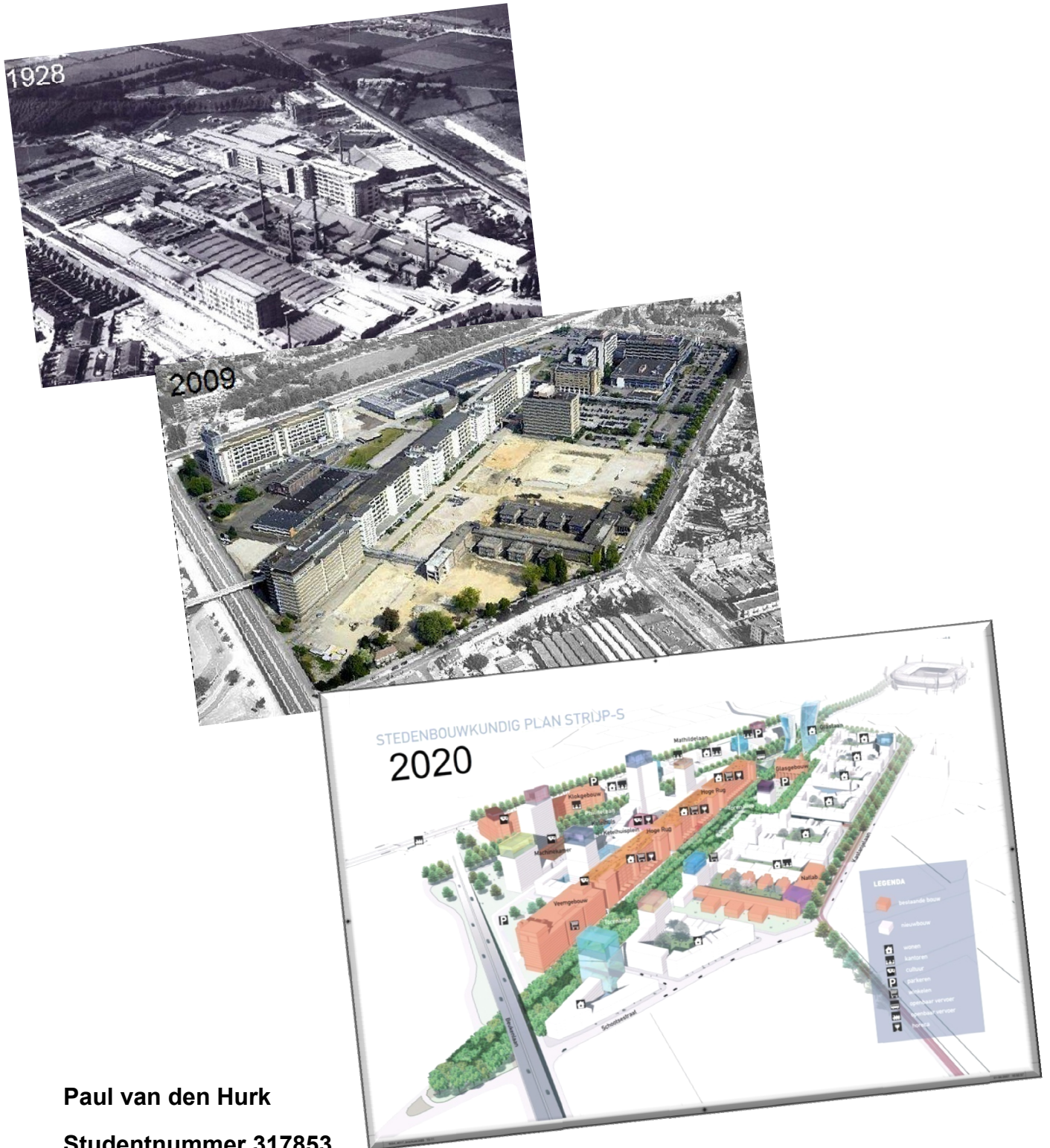


Master Thesis

Casestudy 'Strijp-S: De creatieve stad'



Paul van den Hurk

Studentnummer 317853

Begeleider: Drs. Erik Hitters

Projectcode: EH1

Inhoudsopgave

Voorwoord	4
Hoofdstuk 1: Theoretisch Kader	5
1.1 Inleiding	5
1.2 Creatieve industrie	5
1.3 Creatieve klasse	9
1.4 Creatieve Stad	11
1.5 Creatief stedelijk beleid	13
1.6 Agglomeratie	20
1.7 Creatieve sector in Nederland	23
1.8 De creatieve industrie in Eindhoven	25
Hoofdstuk 2: Methodologie	29
2.1 Maatschappelijke en wetenschappelijke relevantie	29
2.2 Onderzoeksvraag	29
2.3 Opzet Case Study	30
2.4 Operationalisering en onderzoeksfasering	32
2.5 Onderzoekseenheden	36
2.6 Kwalitatieve Analyse	37
2.7 Evaluatie	39
Hoofdstuk 3: Strijp-S	41
3.1 Inleiding	41
3.2 Het gebied Strijp-S	42
3.3 Het project Strijp-S	43
3.4 Gebouwen en gebieden	44
3.5 Betrokken Partijen	48

Hoofdstuk 4: Interviewresultaten	51
4.1 Inleiding	51
4.2 Functies	52
4.3 Herontwikkelingsproces	54
4.4 Invulling	56
4.5 Creatieve Klasse	58
4.6 Sfeer en kwartier maken	60
4.7 Diversiteit	63
4.8 Belangen	64
4.9 Doelstellingen	66
4.10 Verwachtingen	68
4.11 Agglomeratie	69
4.12 Navraag bij gebruikers	71
 Hoofdstuk 5: Discussie en Conclusie	 74
5.1 Inleiding	74
5.2 Discussie	75
5.3 Positionering Strijp-S	83
5.4 Conclusie	85
5.5 Suggestie vervolgonderzoek	86
 Hoofdstuk 6: Literatuur	 88
 Bijlagen	 90
Bijlage 1: Interviewuitwerkingen	90
Bijlage 2: Vragenlijsten	118

Voorwoord

Waarom Strijp-S? Ik heb voor het onderwerp 'creatieve steden' gekozen omdat ik me in een onderwerp wilde storten waar ik onbekend mee was. Op mijn eerdere opleidingen koos ik bij scripties en werkstukken vaak voor dezelfde onderwerpen. Dat was een veilige en vooral tijdsbesparende keuze, maar ik had het idee dat ik elke keer 'hetzelfde kunstje' uitvoerde. Tijdens mijn bachelorscriptie over regiozoaps kwam ik erachter dat het veel bevrediging geeft wanneer je totaal blanco in een onbekend onderwerp stapt en daar gaandeweg in het onderzoek steeds dieper in komt te zitten. Voordat ik een keuze maakte voor een specifiek onderwerp voor deze scriptie, heb ik voor mezelf besloten dat het aan het volgende criterium moest voldoen: Het moet mijn interesse hebben, maar moet liggen binnen een voor mij onbekend terrein.

Ik heb gekozen voor Eindhoven en Strijp-S, omdat het één van Nederlands grootste projecten is binnen het thema. In eerste instantie wilde ik een vergelijking maken tussen Eindhoven en Rotterdam maar omdat het beleid van beide steden enorm veelomvattend en uiteenlopend is, heb ik ervoor gekozen me te beperken tot eerstgenoemde stad. Bijkomstige reden is dat ik zelf afkomstig ben uit Veldhoven, nabij Eindhoven. Mijn keuze is dan ook deels gemaakt met oog op de toekomst; tijdens dit onderzoek leer ik de creatieve sector van Eindhoven kennen en kom ik in contact met bedrijven. Wellicht leg ik alvast wat bruikbare contacten voor na mijn studie.

Hoofdstuk 1: Theoretisch Kader

1.1 Inleiding

Wie spreekt over de creatieve klasse en creatieve steden, kan nauwelijks om de naam Richard Florida heen. Deze Amerikaanse socioloog is met zijn boek *The Rise of the Creative Class*, uitgebracht in 2002, de grondlegger van het concept 'creatieve klasse'. Richard Florida is *booming*, zijn boek is een bestseller. Een uitgekende marketing via internet, een tournee met optredens en zelfs een eigen rap-liedje zijn mede debet aan zijn populariteit. (Kloosterman 2005, 57). Maar wat is er zo bijzonder aan zijn boodschap, zijn visie? Beleidsmakers van over de hele wereld hebben zich aangesloten bij zijn gedachte dat verbetering van het leefklimaat belangrijker is dan verbetering van het ondernemingsklimaat. "Niet meer de bereikbaarheid of het niveau van de lokale belastingen bepaalt het economisch succes, zo lijkt het nu, maar een aantrekkelijk leefklimaat voor een zeer bepaald, maar tamelijk los gedefinieerd, deel van de beroepsbevolking: de creatieve klasse. Tolerantie, diversiteit van bevolking, uitgaanscultuur en straatleven, fietspaden en mooie hardloopparkoersen doen er dan toe, want hier komt de creatieve klasse op af." (Kloosterman 2005, 57).

Richard Florida heeft een vernieuwende visie over het aantrekken en binden van de creatieve klasse en de vorming van creatieve clusters. In dit hoofdstuk wordt zijn zienswijze vergeleken met die van collega-wetenschappers en worden de verschillende benaderingen van de concepten 'creatieve industrie', 'creatieve klasse' en de 'creatieve stad' vergeleken. Daarnaast wordt de creatieve sector in Nederland in kaart gebracht, evenals de rol die Eindhoven hierin speelt.

1.2 Creatieve industrie

Pas sinds het eind van de jaren '90 wordt de term 'creative industries' gebruikt om de creatieve sector aan te duiden. Daarvoor werd er gesproken over 'cultural industries', een tamelijk vormloze term, die soms kenmerkend was voor commerciële activiteiten en soms juist niet. "The shift of terminology was not mere semantics but highly political. Output, export and employment measures gave what had been regarded as

the “arts” some credibility in an era of downward pressure on policy funds and a results driven mode of government in the UK. Politically, the creative industries could be distanced from the cultural industries: the former indicating New Labour, the latter Old Labour.” (Pratt 2008, 9).

Tegenwoordig spreken we dus van de creatieve industrie. Echter, creativiteit is een factor die in elke sector, in elke tak van de maatschappij in ontwikkeling is. We zitten momenteel in een transformatie van het oude industriële systeem naar een kenniseconomie (ook wel informatie-economie genoemd), die volgens Florida slechts begrensd wordt door de limiet van het menselijk talent en voorstellingsvermogen. (Florida 2005, 25). Creativiteit is het sleutelwoord in deze gedaanteverandering. Florida stelt dat de toename van menselijke creativiteit de hoofdfactor is in onze economie en onze samenleving. Dat beperkt zich niet alleen tot de werkvloer, zo stelt hij. “Both at work and in other spheres of our lives, we value creativity more highly than ever, and cultivate it more intensely. The creative impulse – the attribute that distinguishes us, as humans, from other species – is now being let loose on an unprecedented scale.” (Florida 2002, 4). De relevantie van creativiteit beperkt zich dus niet tot de economie. Onze hele levens worden erdoor beïnvloed, zo niet bepaald. De essentiële ommekeer in de manier waarop de economie is georganiseerd, veroorzaakt verregaande veranderingen in de manier waarop we werken, waarop we onze tijd indelen, onze manier van leven en indeling van vrije tijd, de soorten relaties die we aangaan en de persoonlijke en familiale identiteiten die we opbouwen. (Florida 2005, 25).

Hoewel we hieruit kunnen concluderen dat creativiteit in elke sector van de maatschappij een rol speelt, wordt één tak specifiek betiteld en onderscheiden als ‘de creatieve industrie’. Welke soorten bedrijven en organisaties onderdeel zijn van deze creatieve industrie, daarover verschillen de meningen. De definities van dit begrip lopen dan ook uiteen en leiden nogal eens tot verwarring. In deze paragraaf wordt een aantal omschrijvingen vergeleken.

14 augustus 2009

Het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap verdeelt de creatieve industrie in drie sectoren: 1) kunsten en erfgoed, 2) media en entertainment en 3) de creatieve zakelijke dienstverlening (vormgeving, architectuur, 'gaming' en reclame). In figuur 1.1 is weergegeven welke sectoren volgens het Ministerie van OCW tot de creatieve industrie behoren. De actoren binnen deze drie sectoren zijn creatieve ondernemers; individuen, commerciële ondernemingen en instellingen die subsidie ontvangen. (OCW 2009).

Figuur 1.1: Bepaling creatieve klasse door het Ministerie van OCW

<i>Creatie</i>	<i>Materiële productie</i>	<i>Distributie en detailhandel</i>
<i>Kunsten</i> • Beeldende kunst en fotografie • Podiumkunsten: muziek, dans, theater • Recreatiecentra, organisatie van culturele evenementen	• Beeldende kunst en fotografie • Productie van podiumkunsten: muziek, dans, theater • Reproductie en uitgeverij van CD's en DVD's • Recreatiecentra, evenementenhallen	• Musea en expositieruimtes, tentoonstellingen, kunstveiling, kunstuitleen, galleries • Schouwburgen en concertgebouwen, evenementenhallen • CD- en DVD-winkels • Recreatiecentra, culturele evenementen, evenementenhallen
<i>Media en entertainment</i> • Film: Scenario, Scriptwriting en andere pre-productie. • Idem bij radio- en televisie • Schrijven: romans, poëzie, non-fictie • Journalistiek	• Filmproductie, incl. ondersteunende activiteiten • Productie van radio- en televisieprogramma's • Uitgeverij en boekdrukkerij • Uitgeverij en drukkerij dagbladen	• Filmdistributie, bioscopen, filmtheaters, videotheken • Omroeporganisaties • Openbare bibliotheken, boekhandels • Openbare bibliotheken, winkels in boeken, tijdschriften en kranten
<i>Creatieve zakelijke dienstverlening</i> • Industriële vormgeving, mode-ontwerp, grafisch ontwerp • Creatieve ICT: <i>games</i>, nieuwe media • Architectuur, stedenbouwkundig ontwerp, landschapsarchitectuur • Reclame	• Vervaardiging van meubels, kleding, brilmonturen, auto's, enzovoorts, enzovoorts... • Creatieve ICT: <i>games</i>, nieuwe media • Algemene burgerlijke en utiliteitsbouw, projectontwikkeling • Drukkerijen	• Handel in kleding, brillen, meubels, auto's, enzovoorts, enzovoorts... • Handel in computers en software • Projectontwikkeling, handel in onroerend goed • Overige reclamediensten

Toelichting

Beperkte definitie: creatie

Ruime definitie: creatie, materiële productie, distributie en detailhandel

Niet behorend tot de creatieve bedrijfstakken

Bron: Tabel Definitie Creatieve Sectoren van het Ministerie van OCW.

Paul Rutten heeft een enigszins afwijkende definitie: "De creatieve industrie is een specifieke vorm van bedrijvigheid die goederen en diensten voortbrengt die het resultaat zijn van individuele of collectieve, creatieve arbeid én ondernemerschap. Inhoud en symboliek zijn de belangrijkste elementen van deze producten." (Rutten 2004, 20). In deze benadering wordt de creatieve industrie dus ietwat breder geformuleerd. Een voorbeeld: in het model van het Ministerie van OCW behoren drukkerijen en de productie van games en nieuwe media niet tot de creatieve bedrijfstakken. In de definitie van Rutten vallen deze sectoren wel degelijk binnen de creatieve industrie. Opvallend is dat ook Rutten de driedeling, zoals in figuur 1.1 weergegeven, aanhoudt. Hij onderstreept dat de laatste deelsector, de creatieve zakelijke dienstverlening, een aanduiding is voor een verzameling creatieve bedrijfstakken die toelevert aan de zakelijke markt, in het bijzonder vormgeving, reclame en architectuur. Volgens Rutten is deze sector dus onderdeel van de creatieve industrie, terwijl het Ministerie van OCW dit segment niet rekent tot de creatieve bedrijfstakken.

Stuart Cunningham stelt: "'Creative industries' is a quite recent category in academic, policy and industry discourse. It can claim to capture significant 'new economy' enterprise dynamics that such terms as 'the arts,' 'media' and 'cultural industries' do not." (Cunningham 2002, 1). Hij citeert de omschrijving zoals die is geformuleerd in het 'Creative Industries Task Force Mapping Document': "Creative industries are activities which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have the potential for wealth and job creation through generation and exploitation of intellectual property." (Cunningham 2002, 1). Ook Cunningham ziet de creatieve industrie als een brede sector binnen de samenleving, die zich niet beperkt tot de kunst en de media.

Uit de definiëringen van Rutten en Cunningham blijkt dat de creatieve industrie een brede sector is, waarvan de grenzen moeilijk te bepalen zijn. Maar welke karakteristieken kenmerken deze industrie? Wanneer kan van een stad of regio gezegd worden dat het een geschikt milieu is voor de creatieve klasse? Richard Florida benadrukt het belang van de aanwezigheid van de drie T's: Technologie, Talent en Tolerantie. (Florida 2002, 249). Als steden op deze drie fronten goed scoren, zullen zij een grote aantrekkingskracht hebben op de creatieve klasse. Ofwel,

de mate van aanwezigheid van technologie, tolerantie en talent in een stad bepaalt het economisch succes van deze stad. Van Aalst (2005, 3) legt uit wat Florida bedoelt met deze begrippen. Volgens haar staat 'technologie' voor de concentratie van innovatie en technologie in een stad. Onder 'talent' verstaat Florida hoogopgeleiden. En met 'tolerantie' wordt de openheid naar nieuwkomers, rassen en leefstijlen bedoeld. Een creatieve stad wordt gekenmerkt door een onophoudelijke stroom van nieuwkomers, die de stad van vers en creatief bloed voorziet. Vandaar dat tolerantie wordt gezien als de bakermat van de creatieve stad. Florida hanteert ondermeer de Gay Index, het percentage homo's, om de tolerantie van een stad te meten. Volgens Van Aalst (2005, 4) is dat niet omdat homo's erom bekend staan dat ze creatief zijn, of omdat ze veelal werkzaam zijn in de creatieve industrie, maar omdat zij worden aangetrokken door steden die een bepaalde mate van tolerantie, openheid en diversiteit bezitten.

Om de creatieve klasse aan te trekken, om innovatie te genereren en om de economische groei te stimuleren moet een stad of regio over alle drie de eigenschappen beschikken. Volgens Florida (2002, 249) wordt economische groei gedreven door creatieve mensen, die een voorkeur hebben voor plaatsen die divers en tolerant zijn en openstaan voor nieuwe ideeën: "Diversity increases the odds that a place will attract different types of creative people with different skill sets and ideas. Places with diverse mixes of creative people are more likely to generate new combinations. Furthermore, diversity and concentration work together to speed the flow of knowledge. Greater and more diverse concentrations of creative capital in turn lead to higher rates of innovation, high-technology business formation, job generation and economic growth." (Florida 2002, 249).

1.3 Creatieve klasse

Volgens Pratt (2008, 2) is het een misvatting dat de aanwezigheid van de 3 T's creativiteit verwezenlijkt. Tolerantie, talent en technologie zijn slechts factoren die het voor de creatieve klasse aantrekkelijk maken zich ergens te vestigen. Maar net zoals de creatieve industrie een rekbaar begrip is, is de creatieve klasse dat ook. Wie worden er eigenlijk bedoeld met deze creatieve klasse? Wat kenmerkt de creatieve

klasse? En waarom is dit voor steden en regio's een aantrekkelijke categorie? Pratt omschrijft de creatieve klasse als volgt: "The creative class is defined as those whose occupations range from artists and software designers (the super creative core) to management and legal experts (the creative professionals)." (Pratt 2008, 2). Volgens Richard Florida (2003, 26) betreft dat ongeveer een derde van alle werkenden in Westerse landen. Deze categorie mensen moet worden gezien als aanjager en motor van de huidige stedelijke economie. Bedrijven verplaatsen zich naar de creatieve klasse toe, waardoor de werkgelegenheid toeneemt. De creatieve klasse is namelijk niet alleen belangrijk op creatief en innovatief vlak, ze heeft eveneens een groot uitgavenpatroon en geeft veel uit aan bijvoorbeeld horecagelegenheden en theaters.

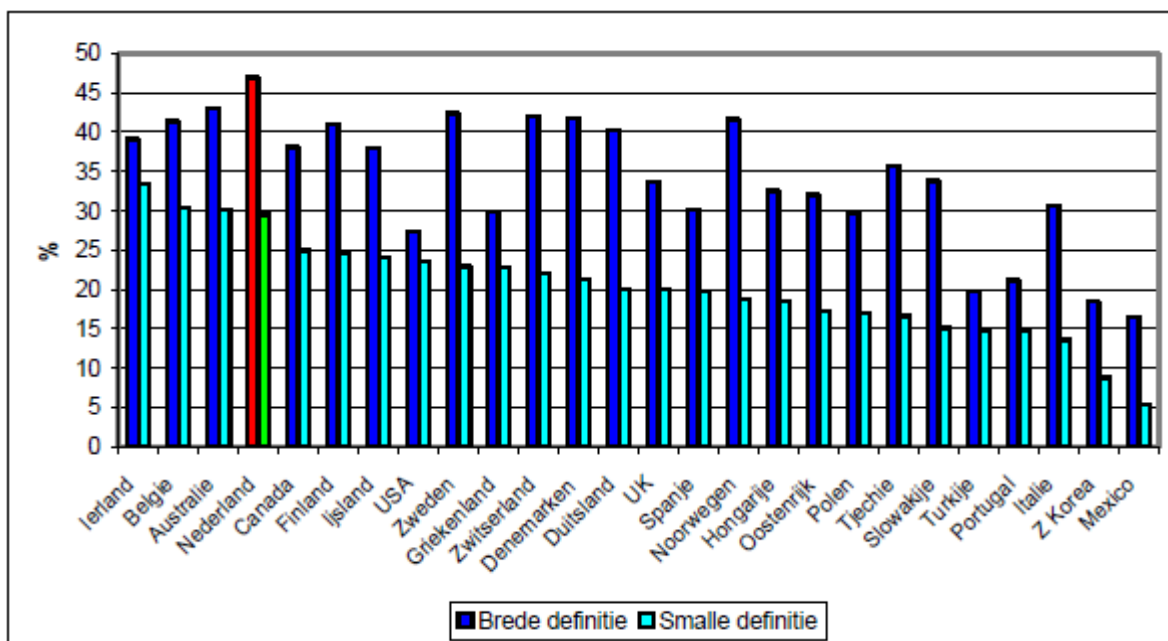
Van Aalst (2005, 3) benadrukt dat bij de bepaling van de creatieve klasse vooral gekeken dient te worden naar de samenstelling van de beroepsbevolking. Hierbij blijkt de creatieve klasse moeilijk in te kaderen, omdat het economische sectoren overstijgt en doorsnijdt. Volgens Van Aalst bestaat de creatieve klasse uit mensen voor wie creativiteit en innovatieve ideeën de belangrijkste input in hun werk zijn, ongeacht de sector waarin men werkzaam is. Deze definiëring staat haaks op de bewering dat innovatie en creativiteit vooral in een beperkt aantal sectoren plaatsvindt, zoals bijvoorbeeld de hightech industrie. Van Aalst stelt bovendien dat het behoren tot de creatieve klasse geen verband houdt met opleidingsniveau. Toch blijkt in de praktijk dat een groot deel van de creatieve klasse een hogere opleiding genoten heeft.

Een ander kenmerk van de creatieve klasse is volgens Van Aalst (2005, 3) de calvinistische arbeidsethos, gecombineerd met een hedonistische levensstijl. Er wordt veel waarde gehecht aan specifieke stedelijke voorzieningen en functies, zoals restaurants, musea, theaters en festivals. Van Aalst stelt dat mensen die tot de creatieve klasse behoren een eigen identiteit creëren. Dit doen zij door de producten die zij aanschaffen en de wijze waarop zij hun vrije tijd besteden. Door hun gedrag, zoals taalgebruik en museumbezoek, maken zij de buitenwereld duidelijk bij een bepaalde groep te behoren. Via hun belangstelling voor kunst, bezoek aan culturele voorzieningen en specifieke smaak onderscheidt de groep zich van andere klassen.

14 augustus 2009

Het is niet eenvoudig om weer te geven hoe groot de creatieve klasse wereldwijd is, omdat deze erg afhankelijk is van de gekozen definitie. (Florida 2005, 272). Florida heeft een nauwe en een brede definitie geformuleerd van de creatieve klasse, om de omvang ervan te meten. Onder zijn brede formulering schaaft hij 'scientists, engineers, artists, cultural creatives, managers, professionals, and technicians'. Zijn nauwe definitie betreft dezelfde beroepsgroepen, maar zonder technici. In figuur 1.2 is de omvang van de creatieve klasse weergegeven van 26 OECD-landen (Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling) in 2002. Opmerkelijk is hoe sterk de omvang verschilt tussen landen. Deze varieert van 5% tot 33% op basis van de nauwe definitie en van 16% tot 47% op basis van de brede definitie. Uit deze figuur blijkt dat Nederland bij de landen hoort met de procentueel grootste creatieve klasse. (Florida 2005, 275).

Figuur 1.2: Omvang van de creatieve klasse per land in 2002



Bron: Florida 2005, 275.

1.4 Creatieve Stad

Volgens Hospers en Pen (2008, 262) heeft het verleden uitgewezen dat de creatieve stad niet bestaat. Op het eerste gezicht hebben het oude Athene, Manchester tijdens de industriële revolutie, filmstad Hollywood en het Rotterdam uit de jaren '90 weinig gemeen. Maar een nadere beschouwing leert dat deze steden overeenkomsten

vertonen op een specifiek punt: ze zijn zonder uitzondering broedplaatsen van creativiteit. Op technologisch, cultureel, intellectueel of organisatorisch vlak.

Creativiteit is slechts deels te reguleren. (Hospers en Pen 2008, 263). Het is niet alleen het resultaat van hard werken, maar wordt eveneens beïnvloed door toeval en onverwachte omstandigheden. Het is dan ook een misvatting dat je een creatieve stad vanuit het niets in het leven kan roepen. Toch noemen Hospers en Pen een aantal factoren die de kans op creatieve stadsontwikkeling kunnen vergroten: concentratie, diversiteit en instabiliteit.

Met concentratie wordt niet zozeer het aantal mensen bedoeld, maar vooral de dichtheid van interactie. Een dichte concentratie van mensen op een bepaalde plek zet aan tot regelmatige ontmoetingen en gesprekken tussen individuen en levert waarschijnlijk nieuwe ideeën en innovaties op. (Hospers en Pen 2008, 263).

Diversiteit moet gezien worden in de ruimste zin van het woord. Niet alleen variatie tussen de inwoners van een stad, hun kennis en kunde en hun activiteiten, maar ook variatie in het beeld dat de stad projecteert wat betreft gebouwen. In een straat met 'gemixte functies' – een mix van gebouwen met verschillende functies (oude gebouwen, nieuwe appartementen, kantoren, winkels, kerken, kroegen en restaurants) – gebeurt altijd wat, dag en nacht. Hierdoor zijn de kansen op toevallige ontmoetingen groter, wat nieuwe combinaties op kan leveren. (Hospers en Pen 2008, 263).

De laatste factor is instabiliteit. Het verleden heeft immers uitgewezen dat juist in crisistijden, tijdens confrontaties en chaos, steden het meest hun creatieve karakter tonen. Hospers en Pen maken de metaforische vergelijking met een bergrivier. Als de berg steil is, is de loop van de rivier ook steil, stabiel en duidelijk bepaald. Maar als de ondergrond van de rivier vlakker wordt, wordt de situatie instabiel en moet de rivier zelf zijn weg kiezen en beslissen welke kant hij opgaat. In principe werkt het bij steden hetzelfde: in tijden van crisis en instabiliteit moet een stad zijn eigen paden kiezen en op een creatieve manier te werk gaan. (Hospers en Pen 2008, 264).

Het idee van de creatieve stad is geen actuele ontwikkeling. Eind jaren '80 kwam dit langs een aantal trajecten opzetten. Landry (2000, 43) stelt dat de betekenis van het begrip in de loop der jaren verrijkt is, maar ook voor verwarring zorgt omdat het enorm divers is: "In het begin van de jaren 1990 werd het gezien als enigszins

idealistisch: een klarenstoot die opriep tot ruimdenkendheid en verbeeldingskracht. Dat heeft een geweldige impact op de cultuur van organisaties. De gedachte erachter is dat elke plaats altijd meer potentieel bezit dan je op het eerste gezicht zou denken, zelfs al zijn maar heel weinig steden – misschien Londen, New York of Amsterdam – in brede zin creatief.”

1.5 Creatief stedelijk beleid

Uit de vorige paragraaf kunnen we concluderen dat slechts weinig steden van origine creatief zijn. Alle andere steden zullen op kunstmatige wijze de creatieve klasse aan zich moeten binden. Maar hoe komt een dergelijk project tot stand en wie trekt daarbij de kar? Volgens Hans Mommaas (2004, 508) is dat voor ieder uitzonderlijk geval verschillend. Hij noemt een aantal voorbeelden: “Sometimes, the projects have started their career as ‘ploaps’, places left over after planning, subsequently taken over by informal groups of cultural producers who turn them into alternative cultural sites. Sometimes, the cultural clusters began their existence in the minds of cultural managers, searching for ways to strengthen the market position of their amenities within a more competitive cultural and leisure market. In other cases, the projects came to life on the drawing board of urban planners, looking for ways to revitalize urban quarters or to strengthen the local ‘creative economy’.” (Mommaas 2004, 508). Hoe het ontstaan van creatieve clusters zich kenmerkt, hangt dus voor een groot deel af van degene die aan de wieg staat van het project. Mommaas constateert een ontwikkeling waarin private bedrijven zich steeds vaker mengen in dit proces. Hij stelt zichzelf dan ook de vraag: “Are we witnessing the development of a new relation between public policy and civil society, in which hybrid public–private organizations have become as important as the state in defining what cultural policy means?” (Mommaas 2004, 509). Culturele clusters bestaan in een grote gevarieerdheid van culturele, ruimtelijke en organisatorische vormen, met tal van verschillende achtergronden en ontwikkelingspaden. (Mommaas, 2004, 514). Om zijn vraag te beantwoorden probeert Mommaas de complexiteit van creatieve clustering te vangen in een aantal kerndimensies, als poging een soort ‘cultural cluster classification’ te formuleren. Hij onderscheidt de volgende zeven dimensies:

- 1) De 'horizontale' portfolio van activiteiten en haar mate van 'intracluster' samenwerking en integratie. Elk project bevat vrije tijds- en consumptie-elementen, maar het verschil zit in de manier waarop deze elementen in het project geïntegreerd zijn. Die varieert van een onafhankelijke toevoeging tot een belangrijk economisch, cultureel en sociaal element in een grotere structuur. In het laatste geval spreek je van 'multisectorality, cultural hybridity and crossovers'.
- 2) Naast de horizontale is er ook een 'verticale' portfolio, van culturele functies: de specifieke mix van design, productie, presentatie, handel en consumptie. Dat reikt van monofunctionele tot multifunctionele clusters. Monofunctionele clusters vormen zich doorgaans rondom een losse concentratie van consumptie- en presentatiefuncties, terwijl multifunctionele clusters een meer ingesloten mix zijn van consumptie, presentatie, handel en productie, met sterkere links tussen de functies.
- 3) Het organisatorische raamwerk, met daarin de betrekking van de verscheidene deelnemers op het managementvlak. Met andere woorden, elk project bestaat uit meerdere publieke en private organisaties, maar wie managet het project? Sommige clusters hebben geen duidelijk centraal management. Hier wordt het beleid bepaald in onregelmatige meetings tussen betrokkenen en het lokaal bestuur. Andere clusters hebben juist een sterk centraal managementteam, dat zich bijvoorbeeld bezighoudt met huurcontracten, potentiële afnemers en collectieve promotie.
- 4) Het financiële stelsel en de rol van de publiekprivate sector binnen het project. De meeste projecten worden mogelijk gemaakt door overheidsgelden met als doel op den duur meer geprivatiseerd en onafhankelijk te worden. Hierbij dient een variëteit van coalities met private ondernemingen en investeerders te ontstaan. Over het algemeen zijn creatieve clusters getransformeerd van conventionele gesubsidieerde coalities, naar hybride publiekprivate modellen, gebaseerd op een mix van resources- en managementrelaties.
- 5) De factor openheid/aanpassingsvermogen van het ruimtelijk en cultureel programma. Clusters moeten niet te open zijn, omdat organisaties en bedrijven zich dan niet verantwoordelijk voor of betrokken bij het cluster voelen. Dat bedreigt de sfeer en de identiteit van de clusters. Ze moeten

echter ook niet te gesloten zijn, met strakke regelgeving en sterke interne verplichtingen. Dat zorgt er immers voor dat deelgenoten ingesloten worden in hun eigen culturele en fysieke ruimte en daarmee de veranderingscapaciteit van het cluster verkleinen.

- 6) De specifieke ontwikkelpaden van de clusters. Dat reikt van projecten die zich ontwikkeld hebben middels een bewuste topdowne planningstrategie, tot projecten die zich ontwikkeld hebben vanuit een onzelfstandige samenkomst van tactieken. Toch verschilt de combinatie van topdown en bottom-up krachten, met consumptiegeoriënteerde clusters die neigen naar een hogere bijdrage van het lokale bestuur en productiegeoriënteerde clusters die neigen naar een hogere bijdrage van de historisch gevormde stedelijk-culturele infrastructuur zelf.
- 7) De positie van de clusters in een verplaatsend ruimtelijk-cultureel stedelijk veld. De traditionele programma's, zoals museumaccommodaties, zijn in of nabij het stadscentrum gevestigd, omdat ze dan kunnen meeprofiten van cultuurtoeristen. Andere programma's plaatsen zich bewust in de marge zodat ze hun alternatieve sfeer behouden. Oftewel, je ziet hierin de traditionele hiërarchie van de stad terug, met gevestigde culturele functies in het centrum van de stad en alternatieve activiteiten die hun plek vinden in de open en 'ondergebruikte' marges (Mommaas 2004, 516).

Gekeken naar de strategieën die gebruikt worden om creatieve clusters te vormen, onderscheidt Mommaas een vijftal onsamenvangende velden. Hij zegt hierover: "Justifications and legitimations stemming from these different fields are sometimes used in coalition with one another; sometimes they turn up as opposing arguments in the evaluation or positioning of the projects concerned." (Mommaas 2004, 517). Deze vijf velden samen geven een duidelijk overzicht van de gemengde 'taakenvironment' waarin de creatief-stedelijke politiek opereert.

Het eerste is het versterken van de identiteit, de aantrekkingskracht en de marktpositie van een gebied of project. Dit om de positie tegenover de concurrentie te versterken. Het tweede veld is een meer 'ondernemingsgerichte' benadering van kunst en cultuur. Het doel daarvan is het ontwikkelen van een proactieve, verreikende attitude in het culturele veld, waardoor financiële hulpmiddelen kunnen

worden aangetrokken, gekoppeld aan nieuwe creatieve vormen. Het derde veld is het stimuleren van innovatie en creativiteit. Het doel hiervan is 'the creative city': een stad die in staat is zich permanent aan te passen aan de veranderende condities in een wereldeconomie van zichzelf herhalende cycli van innovatie en regeneratie. Het vierde veld bestaat uit het vinden van nieuwe bestemmingen voor oude gebouwen en verlaten locaties. Hierbij is het beleid gericht op het creëren van een nieuwe economische basis voor het renoveren en behouden van 19^e eeuwse erfgoed, met een link naar de toenemende symbolische en economische waarde van dit cultuurerfgoed. Het vijfde en laatste veld is het stimuleren van culturele diversiteit en culturele democratie. Dit gebeurde vooral in de jaren '70 en '80, waarbij de opinie was dat kunst en cultuur niet gezien werden als neutrale gebieden, maar als belangrijke politieke en economische domeinen. (Mommaas 2004, 524).

De uitkomsten van Mommaas' onderzoek zijn opvallend. De projecten die hij analyseerde waren niet het resultaat van een heldere keuze tussen alternatieve ontwikkelingsmodellen, gebaseerd op specifieke culturele doelstellingen en rekeninghoudend met de lokale en historische omstandigheden. In plaats daarvan waren de meeste het resultaat van een vrije samenkomst van lokale kansen. Er is dan ook geen duidelijk traditie waarneembaar van een gevestigde classificatie van mogelijke strategische trajecten. Dit is deels te linken aan het feit dat creatieve clustermodellen nieuwe allianties bevatten, die tussen gevestigde culturele, economische, sociale en ruimtelijke beleidslijnen invallen. (Mommaas 2004, 530).

Er zijn dus verschillende strategieën om een creatieve cluster in een stad te stimuleren. Maar wat is er nodig om deze creatieve klasse aan je te binden en binnen je stadsgrenzen te houden? Evert Verhagen (2005, 147) zweert bij wat hij noemt 'een creatief maar niet voor eeuwig vastgelegd model voor herontwikkeling'. Hij legt uit: "Dit is een model dat misschien wel geen model is, maar waarin de creatieve economie de potentie van dergelijke gebieden bepaalt. Niet alleen hebben deze gebieden een grote variëteit aan productielocaties te bieden, de openbare ruimte kan in veel gevallen de functie van de markt op zich nemen." (Verhagen 2005, 147). Volgens Verhagen wordt de stad hiermee verrijkt met kwalitatief hoogwaardige en op tal van manieren bruikbare openbare en besloten ruimte. Als men erin slaagt om het

eigene van deze plaatsen te omarmen en relaties weet te leggen met het verleden, dan voldoen ze daar bovenop nog aan de 'behoefte van het verhaal'. "Allemaal factoren die de creatieve klasse binden aan de stad," verzekert Verhagen.

Voor het vasthouden van de al aanwezige creatieve klasse in je stad, moet niet onderschat worden. De verschuiving van een industrie- naar een kennismaatschappij heeft als gevolg dat bedrijven niet vastgeketend zitten aan één bepaalde locatie. Het produceren van ruw materiaal heeft plaatsgemaakt voor 'ideas processors'. (Pratt 2008, 3). Het probleem hierbij is dat ideeën veel makkelijker overgeplaatst kunnen worden dan grote fabrieken, vooral als deze ideeën online gedistribueerd worden. Sommige van deze ideeën- en kennisactiviteiten zijn behoorlijk ingebed in een lokale productiecultuur en andere niet, stelt Pratt: "These activities are commonly viewed as the mobile fairy dust of the modern city: if only the dust sprinkles on them they will be happy and grow. This is not to suggest that mobility is all – but where it is cities that compete with one another for investment as in one gross beauty pageant. It is as if cities and regions have lost the faith in generating their own wealth and have begun to believe that wealth could only come from elsewhere." (Pratt 2008, 3).

Creatief stadbeleid is niet zomaar een marketingtrucje, weet Olof Koekebakker (2005, 225). Hij stelt dat een creatieve stad een stad is met uitzicht op economische groei en werkgelegenheid, met als bonus een geanimeerd stadsleven. Maar wie de boot mist, heeft wel de lasten van de typische stadsproblemen, maar zonder de lusten die de revival van de creatief succesvolle stad met zich meebrengt. Koekebakker: "De verleiding is dan ook groot om meteen maar te beginnen zich als creatieve stad te afficheren. Namen als 'designstad' of 'fashionstad' zijn snel bedacht. En is niet juist de creatieve klasse vatbaar voor het imago van een stad? Helaas, het stadsbestuur dat de illusie koestert dat het zich met simpele marketing- en communicatiemiddelen kan scharen onder de bevoorrechte groep steden waar de creativiteit gedijt, zal ontdekken dat men daarmee niet veel verder komt. Creativiteit laat zich niet simpelweg proclameren." (Koekebakker 2005, 225).

Volgens Koekebakker (2005, 225) is het verre van eenvoudig een creatief beleid op te stellen dat een instroom van de creatieve klasse garandeert. Hij stelt zelfs dat creativiteit zich nauwelijks laat sturen en organiseren en dat het meestal haar weg vindt zonder dat daar welk overheidsbeleid dan ook aan te pas komt. Gemeenten die

zich toch actief inzetten om de creatieve klasse te binden, hebben volgens Koekebakker een te nauwe definiëring van de creatieve klasse. “Ze staren zich nogal eens blind op de beperkte groep bedrijven die worden gerekend tot de zogeheten ‘creative industries’. Men denkt dat het erom gaat zo veel mogelijk kunstenaars, mediabedrijven en ontwerpbureaus binnen de stadsgrenzen te halen.” (Koekebakker 2005, 225). Koekebakker stelt dat deze categorie bedrijven slechts een klein deel van de creatieve economie betreft. Hij suggereert: “Een van de lessen van Richard Florida is nu juist dat de creatieve klasse zich niet beperkt tot een specifieke sector, maar dat ze een ‘productiemiddel’ vertegenwoordigt dat in tal van maatschappelijke en economische sectoren steeds meer gewicht in de schaal legt.”

Creativiteit is dus niet te reguleren, het stedelijk milieu waarin ze gedijt des te meer. Volgens Koekebakker zijn de voorwaarden waaraan een stad moet voldoen te verdelen in twee categorieën. “Om te beginnen zijn er de omstandigheden die rechtstreeks verbonden zijn met creatief werk als zodanig.” (Koekebakker 2005, 226). Hieronder schaaft Koekebakker zaken als bedrijfsruimte, financiering en infrastructuur. “Van andere voorwaarden is de werking eerder indirect, maar daarom niet minder belangrijk: het woningaanbod, het publieke domein en de openheid en tolerantie in een stad.”

Er wordt door Koekebakker (2005, 227) een onderscheid gemaakt tussen vier creatieve werkmilieus die zich ruimtelijk manifesteren: broedplaatsen, creatieve werkplaatsen, het transactiemilieu en het productiemilieu. Vooral de eerste twee kunnen stadscentra een creatieve dynamiek geven. Wat bedrijfsruimte betreft moet een stad niet inzetten op één van deze categorieën. Immers, de creatieve economie speelt zich af in veel verschillende gedaanten en verbanden (Koekebakker 2005, 226). Een gemeente zou er verstandig aan doen om zowel goedkope en gemakkelijk bereikbare bedrijfsruimte voor starters en broedplaatsen aan te bieden, als meer prestigieuze onderkomens voor het ‘transactiemilieu’ en grotere bedrijfspanden voor het ‘productiemilieu’.

Koekebakker (2005, 227) stelt dat gebouwen die hun oude functie zijn kwijtgeraakt, zoals voormalige kantoor- en bedrijfspanden en schoolgebouwen, uitermate geschikt zijn voor huisvesting van de creatieve klasse. Deze zijn namelijk robuust, goedkoop en eenvoudig op te delen in kleine ruimtes. De industriële monumenten zijn een bijzondere buitencategorie, vindt Koekebakker. “Door hun karakteristieke verschijning

en de zichtbare tekenen van een veelbewogen industrieel verleden, zijn ze doortrokken van 'betekenis' en 'identiteit' – iets waaraan de postindustriële stad, en de creatieve stad in het bijzonder, een grote behoefte heeft.

Bij herontwikkeling van oude industriële gebieden speelt de gemeente een belangrijke rol. (Koekebakker 2005, 227). Ze gaat immers over randvoorwaarden als bestemmingsplannen en andere regelgeving, bodemsanering en communicatie met de omgeving. Koekebakker: "De feitelijke herontwikkeling is meestal in handen van een private partij, maar ook daarbinnen zijn vormen van publiekprivate samenwerking denkbaar." De belangen van publieke en private stakeholders zijn verschillend. Zo gebruiken gemeenten vaak hun positie om voorwaarden te stellen over het prijsniveau, omdat een private onderneming zoals een projectontwikkelaar de neiging heeft projecten 'zo hoog mogelijk in de markt' te plaatsen. Voor een gemeente is het van belang dat ook kleine, minder daadkrachtige creatieve bedrijfjes een kans krijgen. (Koekebakker 2005, 228). Daarnaast is de gemeente verantwoordelijk voor de openbare ruimte. De relevantie van het publieke domein moet volgens Koekebakker niet onderschat worden. "De belangrijkste reden dat de creatieve klasse massaal voor het stadsleven kiest, is dat alleen de stad het publieke domein biedt dat borg staat voor ontmoetingen en diversiteit. Anders gezegd: het publieke domein maakt de stad tot stad. Het omvat niet alleen de openbare ruimte van straten, pleinen en parken, maar ook openbaar toegankelijke gelegenheden als cafés en restaurants, galleries, musea, winkels, et cetera." (Koekebakker 2005, 231).

Koekebakker noemt nog een aantal punten waarop gemeenten, die creatief beleid voeren, zich dienen te richten. Allereerst moet er niet direct ingezet worden op het binnenhalen van de 'nieuwe creatieve klasse', maar dient het eigen creatieve potentieel aangeboord en benut te worden. Bovendien moeten gemeenten leren met de creatieve klasse te communiceren. "Juist omdat creativiteit zich vaak onttrekt aan vaste structuren, zal een gemeente zich voortdurend moeten inzetten om te achterhalen wat gaande is." (Koekebakker 2005, 234).

Het handelen en denken in sectoren is volgens Koekebakker uit den boze. "Elk voor zich zijn gemeentelijke diensten voor economische zaken, ruimtelijke ordening en cultuur niet in staat de brede scope te ontwikkelen die nodig is om zicht te krijgen op het werk en de behoeften van creatieve beroepsbeoefenaren. Bovendien kan het

overwinnen van sectorale grenzen op meer manier vruchten afwerpen. Een gemeente die de opgave creatief tegemoet treedt, kan de ontwikkeling van de creatieve economie bijvoorbeeld verbinden met het onderwijs, tot wederzijds profijt.” (Koekebakker 2005, 234).

Ook wat de factor tijd betreft moeten gemeenten afstappen van vertrouwde kaders en procedures. “Voor een ambtelijke cultuur die zich vooral richt op het definitieve en het permanente, is ‘tijdelijkheid’ eigenlijk een wezensvreemd element. Voor creativiteit daarentegen is het zo ongeveer een bestaansvoorwaarde.” (Koekebakker 2005, 234).

1.6 Agglomeratie

Allen Scott (2006, 8) wijst op het belang van een grootschalige agglomeratie die nodig is voor creatieve steden als ‘kenmerkende geografische eenheden in het hedendaagse wereldlandschap’. Daarbij noemt hij twee belangrijke punten. Allereerst vormen de kosten van de vele gevarieerde en constant veranderende zakelijke relaties tussen producenten, een prikkel voor bepaalde groepen van bedrijven om lokaal samen te gaan. Scott voegt daaraan toe: “Where these transactions are small in scale and rich in information content (so that face-to-face mediation is necessary for their successful completion), the incentive to cluster is all the greater.” (Scott 2006, 9). Daarnaast zegt Scott dat netwerken van gespecialiseerde en aanvullende producenten, samen met verbonden arbeidsmarkten, overvloeden van positieve winsten van buitenaf tot stand brengen. Hierover zegt Scott: “These externalities can often best be actualized and appropriated where firms transform them into agglomeration economies by congregating together in geographic space.” (Scott 2006, 9). Scott (2006, 10) haalt een artikel van Duranton en Puga uit 2004 aan om agglomeratie-economieën te categoriseren in termen van ‘sharing’ (het delen van infrastructurele voorzieningen), ‘matching’ (bijvoorbeeld gespecialiseerde input en output relaties, of banen en arbeiders) en ‘learning’ (‘interfirm’ uitwisselingen van informatie).

Ook Richard Florida (2003, 4) heeft zich over het vraagstuk van agglomeratie en clustering van bedrijven gebogen en stelt dat het niet zozeer de vraag is of, maar

waarom bedrijven clusteren. Hij somt de redenen op die eerdere onderzoekers aangedragen hebben: "Some experts believe that clustering captures efficiencies generated from tight linkages between firms. Others say it has to do with the positive benefits of co-location, or what they call 'spillovers'. Still others claim it is because certain kinds of activity require face-to-face contact." Florida (2003, 5) vindt deze antwoorden niet volledig en voegt er zelf nog een argument aan toe door te stellen dat bedrijven clusteren om te kunnen profiteren van concentraties van getalenteerde mensen die innovatie en economische groei aandrijven. Deze mogelijkheid om snel talent te mobiliseren is volgens Florida een geweldige bron van concurrentievoordeel voor bedrijven in 'onze tijdgedreven economie van het creatieve tijdperk'.

Hitters en Van Aalst (2005, 18) halen het artikel 'New industrial spaces' van Scott uit 1988 aan, waarin hij uitlegt wat de belangrijkste reden is waarom bedrijven clusteren. Volgens hem is het voornaamste doel het reduceren van transactiekosten. Informatie wordt namelijk tegen relatief lage kosten aangeboden en bedrijven kunnen hun activiteiten op elkaar aanpassen.

Volgens Hitters en Richards (2002, 237) kenmerken creatieve clusters zich door een combinatie van productie en consumptie. "The need to combine productive and consumptive functions in urban areas produces pressure for producers to cluster in order to make themselves visible in the urban fabric and to distribute their products more effectively to a wider public." Een ontwikkeling die volgens Hitters en Richards vooral het laatste decennium zichtbaar is, is het organiseren van evenementen en festivals, om de culturele activiteiten in steden te ondersteunen en culturele clusters te ontwikkelen. "Significantly, these events seem to be increasingly used to justify major infrastructure investments in order to try and capture long-term economic and image effects." Hitters en Richards verwijzen naar een opsomming van verschillende managementstrategieën, opgesteld door Brooks en Kushner (2001, 9) om creatieve clusters te ontwikkelen en ondersteunen (Figuur 1.3).

Figuur 1.3: Management strategies for cultural clusters

Management Strategy	Characteristics
Designation	The Local administration calls the area a 'cultural district' but makes no other specific interventions.

14 augustus 2009

Development	Cultural district leadership is a catalyst for private participation and removing legal barriers to development.
Donation	The administration actively seeks external funding for independent district arts organizations. District administration strategy includes some active planning.
Direction	The district administration collects and distributes funds and engages in considerable planning efforts.
Domination	The administration supports and directs all aspects of district development and activity.

Bron: Brooks and Kushner 2001, 9.

In de praktijk kiezen gemeenten echter niet voor één specifieke strategie, maar heeft er een meer hybride vorm plaats met hogere of lagere mate van overheidsinterventie en interventie van de private en vrijwillige sector. Uit het onderzoek van Hitters en Richards (2002, 245) bleek dat in Rotterdam (Witte de Withstraat) en Amsterdam (Westergasfabriek) innovatie en creativiteit vooral ontstaan uit spontane activiteiten en niet zozeer uit gestructureerde management interventie. Producenten en consumenten benadrukken beide dat de 'sfeer' de creatieve clustergebieden aantrekkelijk maakt om te werken en te bezoeken. Producenten erkennen de voordelen van clustervorming om een publiek te trekken, maar van actieve samenwerkingsvormen om tot innovatieve, creatieve producten te komen, is tot nog toe nauwelijks sprake, zo luidt de uitkomst van Hitters en Richards' onderzoek (2002, 245). Hun aanbeveling voor de lokale politiek: probeer je zo min mogelijk met de ontwikkeling van clusters te bemoeien. Innovatie en creativiteit botsen volgens Hitters en Richards vaak met drastische overheidsinterventie of een dominante managementstrategie. Ook volgens Koekebakker (2005, 228) moeten er niet teveel regeltjes opgelegd worden en moeten clusters gekenmerkt worden door 'openheid': "De creatieve economie functioneert bij de gratie van losse, vaak onbestendige verbanden, tijdelijke allianties en contacten die eerder informeel dan formeel van aard zijn. Er zijn dus plekken en structuren nodig waar de leden van de creatieve klasse elkaar tegenkomen. In de allereerste plaats vereist dat een geanimeerd en levendig publiek domein."

Hitters en Van Aalst (2005, 9) hebben in hun onderzoek een classificatie gemaakt waarin verschillende clusters zijn in te delen. Allereerst maken zij onderscheid tussen 'service-driven' en 'production-driven' clusters. Bij door productie gedreven clusters ligt de nadruk op creatieve productie. De drijvende kracht achter dit type clustering wordt gevormd door productievoordelen voor bedrijven en instellingen. Servicegedreven clusters zijn vooral gericht op conventionele consumptie- en/of presentatiefuncties. Ofwel; instellingen die service bieden aan een groep consumenten met gelijke interesses, zoals 'museum quarters'. Hier hebben niet de producenten, maar de consumenten vooral voordeel aan. Hoewel service- en productiefuncties vaak gemixt voorkomen, zijn clusters vrijwel altijd onder te delen in deze classificaties. Ook de fysieke locatie van een cluster verschilt. (Hitters en Van Aalst 2005, 10). Veel creatieve clusters bevinden zich in of nabij stadscentra of in oude industriële- of havengebieden. Soms ontstaan clusters echter ook in perifere stadsgebieden.

1.7 Creatieve sector in Nederland

Creativiteit is een essentieel element van de moderne kenniseconomie. Volgens de cijfers van het Ministerie van OCW werkten in 2005 meer dan 230.000 mensen in de creatieve bedrijfstakken in Nederland. De groei van de werkgelegenheid in deze tak is bovengemiddeld. Goede culturele voorzieningen in een land hebben ook indirecte economische effecten: cultureel erfgoed en podiumkunsten in een stad zorgen dat er meer toeristen en hoger opgeleiden naartoe komen. Zo dragen culturele voorzieningen bij aan de lokale economische groei. (OCW.nl, 2009).

De Nederlandse overheid wil een sterke verbinding leggen tussen cultuur en economie, voor een optimale kruisbestuiving. (OCW.nl, 2009). Enerzijds zorgt dit voor een groter cultureel bewustzijn in de economische sector. Hierdoor ontstaan meer creatieve ideeën voor de ontwikkeling en het gebruik van nieuwe technologieën en producten. Tegelijkertijd stimuleren verbindingen tussen cultuur en economie ook de economische kant van de creatieve bedrijfstakken. Kunstenaars krijgen bijvoorbeeld meer oog voor de mogelijkheden van de markt. Het 'Programma voor de Creatieve Industrie' is een belangrijk middel van de overheid om de relatie tussen cultuur en economie te verbeteren.

Volgens Rutten (2005, 78) is de ligging van de stad veelbepalend: “De korte inventarisatie van de wijze waarop de creatieve economie zich in Nederland manifesteert, heeft laten zien dat de Randstad, in het bijzonder de Noordvleugel, uitstekend gepositioneerd lijkt om een vooraanstaande rol te vervullen, nationaal en waarschijnlijk ook internationaal.” Rutten attendeert erop dat dit voor andere stedelijke regio's in het land niet betekent dat men het hoofd in de schoot moet leggen. Hij noemt het eerder een pleidooi voor de ontwikkeling van een ander profiel dat de Noordvleugel van de Randstad momenteel aan de dag legt. Saris en Brouwer (2005, 121) werpen eveneens een blik op Nederland, maar komen tot een ander oordeel. Zij benoemen in Nederland drie gebieden met een omvangrijke creatieve industrie: “Het zwaartepunt ligt in de Amsterdamse regio, het midden van het land is sterk met name in de regio Utrecht en in het zuiden ten slotte is het Zuidoost-Brabant met Eindhoven als centrum.”

In 2004 deden Marlet en Van Woerkens onderzoek naar de verdeling van de creatieve klasse in Nederland. Hiervoor hebben zij geprobeerd af te wijken van Florida's brede omschrijving van de creatieve klasse. Marlet en Van Woerkens (2004, 280) hadden als doel een bevolkingscategorie samen te stellen die model staat voor creativiteit en innovatie en een meer dan gemiddelde waarde toevoegt aan de economie. Zij leggen uit: “Op basis van die definitie zijn alle 1.211 beroepen uit de Enquête Beroepsbevolking (EBB) van het CBS geclassificeerd, zodat per gemeente het aantal woonachtige mensen uit de creatieve klasse is verkregen.” Wetenschappers, onderzoekers, innovatieve ICT'ers, architecten, ingenieurs, journalisten en tv-makers zijn wel meegeteld bij de creatieve klasse. Banen bij de overheid, dus ook het onderwijs, zijn niet meegerekend. Bovendien zijn niet alle managers, verkopers en administratieve beroepen, maar alleen die in de veronderstelde creatieve en innovatieve bedrijfstakken meegerekend. Marlet en Van Woerkens (2004, 281): “Dit resulteert in een Nederlandse creatieve klasse die 19% van de totale beroepsbevolking uitmaakt. Uit de in de in figuur 1.4 gepresenteerde resultaten blijkt dat de creatieve klasse zich in het midden van het land concentreert. Steden zijn bij de creatieve klasse meer in trek dan dorpen of het platteland. In de

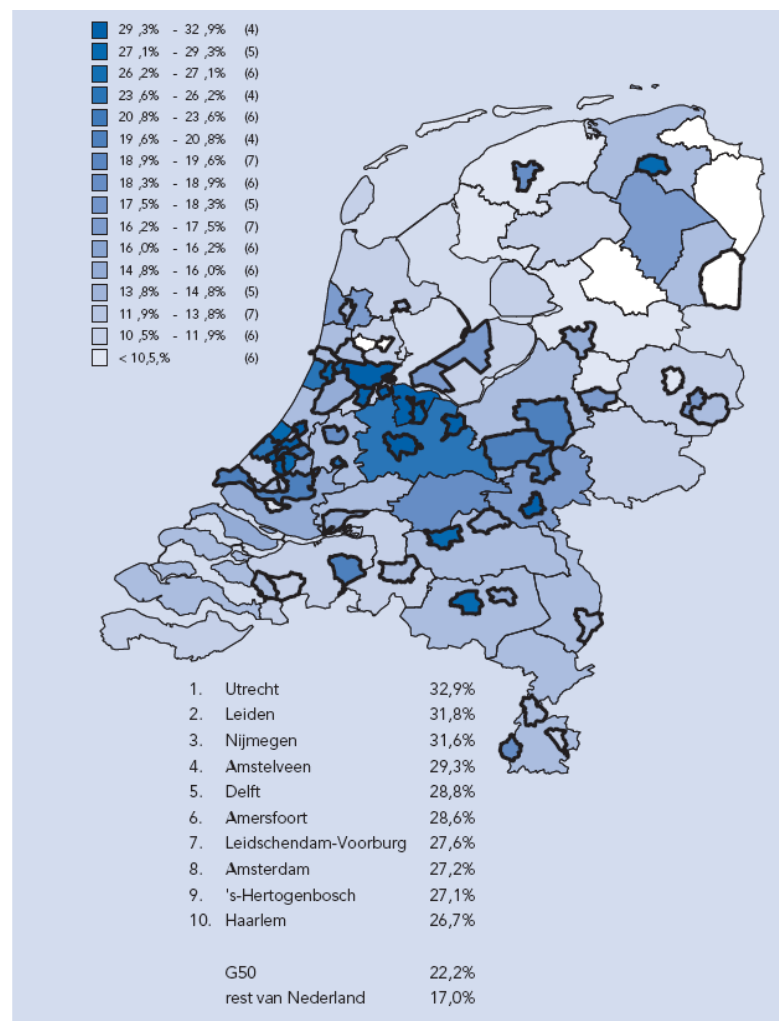
14 augustus 2009

G50 (de vijftig grootste steden van Nederland) behoort 22,2% van de beroepsbevolking tot de creatieve klasse, in de rest van Nederland is dat 17%."

Uit het onderzoek van Marlet en Van Woerkens (2004, 283) kwam naar voren dat bevolkingsgroei en het aandeel van de creatieve klasse positief significant van invloed zijn op de werkgelegenheidsgroei. Oftewel, een gemeente met een grote creatieve klasse heeft er tussen

1996 en 2002 meer banen bij gekregen dan een gemeente met een kleine creatieve klasse. Volgens Marlet en Van Woerkens kan er nog een conclusie getrokken worden. Zij noemen het opmerkelijk dat een dergelijk werkgelegenheidseffect op gemeenteniveau aangetroffen wordt en de omgevingsindicator niet significant blijkt te zijn: "Zoals gezegd liggen steden in Nederland zo dicht bij elkaar, dat het goed denkbaar is dat de creatieve klasse in de ene stad woont en in de andere werkt. Het eventuele werkgelegenheidseffect van de aanwezigheid van die klasse

Figuur 1.4: De creatieve klasse in de vijftig grootste gemeenten en de rest van de corop-regio's



Bron: Marlet en Van Woerkens 2004.

zou zich in Nederland dan niet (alleen) lokaal, maar vooral regionaal of zelfs bovenregionaal moeten voordoen."

1.8 De creatieve industrie in Eindhoven

Stichting Alice heeft in 2003 een inventariserend onderzoek naar de creatieve industrie in de regio Eindhoven gedaan. Hierbij dient van tevoren gesteld te worden

dat dit onderzoek inmiddels zes jaar oud is en dus niet volledig representatief is voor de huidige situatie. Alice telt binnen de creatieve industrie in de regio Eindhoven ongeveer 8.5000 bedrijven, personen en instellingen, waarin ongeveer 30.000 mensen werkzaam zijn. (Alice 2003, 40). De sector bestaat uit ongeveer 8% van de totale werkgelegenheid in de regio. Ook zijn plusminus 7.000 vrijwilligers actief in de Eindhovense creatieve sector. Er wordt door de totale creatieve industrie naar schatting een omzet gedraaid van 1,2 miljard euro. Volgens stichting Alice ligt het zwaartepunt bij de sectoren softwareontwikkeling en automatisering, vormgeving en beeldende kunst. Deze sectoren zijn samen goed voor ruim 40% van het totaal aantal ondernemingen, personen en instellingen in de creatieve sector. (Alice 2003, 41).

Eindhoven heeft haar positie vooral te danken aan de hightech-industrie, zo stellen Saris en Brouwer (2005, 123). "De Stadsregio Eindhoven heeft een hoge concentratie van 'overige activiteiten'. Daarbij gaat het vanzelfsprekend om de groei in hightech en ambachten. In de kern van de creatieve bedrijvigheid heeft Eindhoven tegen de verwachting in geen hoge concentratie, behalve in de ontwerpdiscipline." De clustervorming is in Eindhoven al vrij lang herkenbaar, concludeert Van den Berg (2001, 65). Volgens hem zorgen de sterke sociale banden en de hightech-traditie voor vruchtbare grond voor 'networked mechatonics'. Grote bedrijven, die samen een netwerk vormen, zijn de motor achter de clusterdrang. Deze bedrijven zorgen volgens Van den Berg voor nieuwe technologieën op wereldklassenniveau, met 's werelds beste technologiepartners, en het maakt regio Eindhoven tot een 'dynamic, learning region, with open windows to the world'. Deze regio is tevens een broedplaats voor creatieve en innovatieve bedrijven. Van den Berg (2001, 65): "The knowledge infrastructure is very much involved in and part of the cluster, as it feeds the cluster with new talent, serves as breeding ground for new firms, and executes fundamental and contract research to the benefit of firms in the region, and is regarded as a very important location factor."

Uit het onderzoek van Alice (2003, 41) komt naar voren dat de Eindhovense creatieve sector inderdaad een paar grote spelers kent, maar gekenmerkt wordt door haar kleinschaligheid. Meer dan de helft van de ondernemingen zijn eenmansbedrijven en liefst 87% heeft een personeelsbestand van minder dan tien

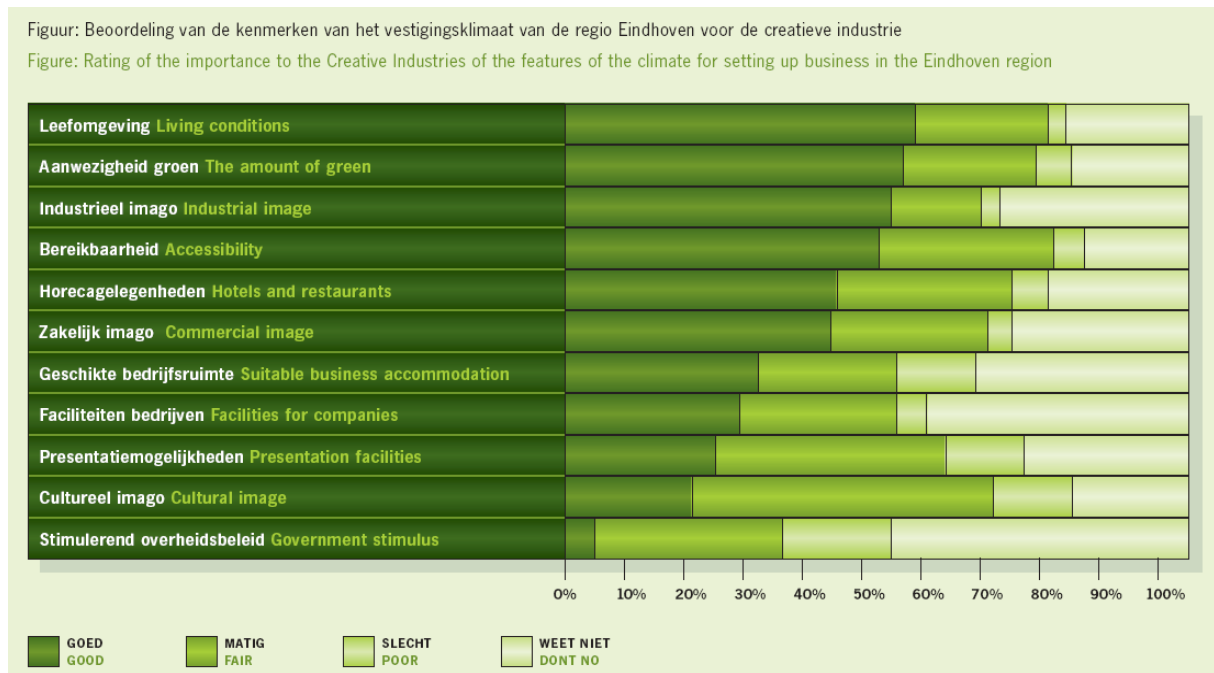
werknemers. Ook in de omzetverdeling is deze kleinschaligheid terug te zien. Bijna 60% van de creatieve bedrijven haalt een omzet van 50.000 euro of lager en 41% haalt een omzet onder de 20.000 euro. Volgens stichting Alice is er bij bedrijven veel behoefte aan contacten met andere ondernemingen: "Het blijkt vaak lastig om te participeren in netwerken, nieuwe afzetmogelijkheden te benutten of de juiste toeleverancier te vinden. Ondernemingen zijn stevast op zoek naar betrouwbare contacten."

Een andere karakteristiek van de Eindhovense creatieve industrie is volgens stichting Alice het feit dat de ondernemingen vrij jong zijn. 37% van de bedrijven bestaat vijf jaar of korter, 20% bestaat tussen de vijf en tien jaar en een kwart bestaat tussen de tien en twintig jaar. Hieruit concludeert Alice dat er 'flink wat dynamiek en groei in de sector bestaat'. Opvallend is dat ondernemers in de creatieve industrie vooral werken vanuit een kantoor aan huis. Factoren als nabijheid van leveranciers, afnemers en aanverwante organisaties blijken nauwelijks een rol te spelen, evenals het gemeentelijk beleid. In het bijzonder voor kleinschalige en startende ondernemers is het lastig om een betaalbare werkruimte te vinden. (Alice 2003, 41).

Stichting Alice deed in 2003 eveneens onderzoek naar de netwerken en relaties tussen creatieve ondernemingen in Eindhoven. Alice kwam met de volgende conclusie: "De netwerkcontacten die de ondernemingen onderhouden, liggen vooral in de directe bedrijfsomgeving van de organisatie. Relatief veel creatieve ondernemingen hebben netwerkcontacten met klanten, collega-organisaties en leveranciers. Op het gebied van netwerken met instellingen, vinden de contacten vooral plaats met culturele instellingen en brancheorganisaties. De netwerken kenmerken zich vooral door een informele sfeer." (Alice 2003, 43). De belangrijkste functies van deze netwerken zijn volgens stichting Alice de werving van klanten en het uitwisselen van informatie en ideeën. Operationele zaken als huisvesting op een gezamenlijke locatie en het delen van middelen en voorzieningen wordt minder belangrijk geacht.

Over het vestigingsklimaat in de regio Eindhoven is de creatieve industrie in 2003 niet onverdeeld tevreden. Slechts 35% oordeelt positief over het vestigingsklimaat. De creatieve sector is positiever over het industriële en zakelijke imago van de regio dan over het culturele imago. (Alice 2003, 42).

14 augustus 2009

Figuur 1.5: Beoordeling van de kenmerken van het vestigingsklimaat van de regio Eindhoven voor de creatieve industrie

Bron: Stichting Alice. *Creatieve Industrie regio Eindhoven: resultaten van een inventariserend onderzoek.*

Het onderzoek van stichting Alice leverde een aantal algemene conclusies op wat betreft de vorming van een creatief cluster: “Voor de eigen onderneming wordt clustering veelal niet persé noodzakelijk gevonden. Geografische clustering heeft vooral een uitstralingswaarde (imago) en minder een synergetische waarde als het gaat om samenwerking tussen de ondernemingen die er zijn gehuisvest. Geografische clustering leidt niet automatisch tot meer samenwerking. Sterker nog, het is hiervoor zelfs geen noodzakelijke voorwaarde. Vanuit de markt bekeken kan geografische clustering echter wel degelijk meerwaarde opleveren voor individuele ondernemingen.” Bovendien zijn er volgens Alice te weinig laagdrempelige broedplaatsen waar nieuwe creatieve initiatieven kunnen ontstaan. Er wordt dan ook gesteld dat de gemeente meer zou moeten investeren in goede en goedkope, laagdrempelige, praktische en stimulerende huisvesting. (Alice 2003, 44).

Hoofdstuk 2: Methodologie

2.1 Maatschappelijke en wetenschappelijke relevantie

De uitkomsten van dit onderzoek zijn maatschappelijk relevant, omdat het een overzichtelijk beeld geeft van de belangen van alle betrokken partijen. Wanneer de partijen van elkaar weten met welke beweegredenen zij deelnemen aan dit project, kunnen zij elkaars gedrag beter verklaren. Daarnaast wil Strijp-S verschillende categorieën mensen aanspreken, het biedt immers ruimte voor wonen, ondernemen en recreëren. Geïnteresseerde mensen of bedrijven komen via dit onderzoek te weten welke invulling er aan het project Strijp-S gegeven wordt.

Zoals er verschillende theorieën, benaderingen en meningen bestaan over het concept 'creatieve stad', zo zijn er eveneens verschillende modellen, strategieën en beleidskaders die toegepast kunnen worden. Naar verschillende steden is onderzoek gedaan, dit onderzoek past in het verlengde daarvan. De wetenschappelijke waarde van dit onderzoek is dat er een link wordt gelegd tussen de abstracte theorie waarop het project Strijp-S gestoeld is, en het praktische, concrete beleidsplan dat in Eindhoven wordt uitgevoerd.

2.2 Onderzoeksvraag

Probleemstelling

In hoofdstuk 1 werd duidelijk dat er tal van theorieën zijn over de betekenis van een creatieve stad, over het nut van een creatieve klasse en over het beleid dat een stad dient te voeren om creativiteit binnen te halen en te waarborgen. Maar hoe zet je deze abstracte aanbevelingen om in concreet beleid, in een strategisch plan van aanpak? De beleidsbepalers van het project Strijp-S hebben ideeën over het begrip creativiteit en hebben verwachtingen over hoe deze creativiteit zich ontplooit in Eindhoven. Maar met welke beweegredenen is er gekozen voor de huidige opzet? Wie zijn de hoofdrolspelers bij de realisatie van Strijp-S en wat is hun functie binnen het project? In dit onderzoek werd antwoord gezocht op deze vragen. Bovendien zijn de doelstellingen onder de loep genomen: heeft elke stakeholder hetzelfde doel of verschillen de intenties van bijvoorbeeld de gemeente Eindhoven met die van

projectontwikkelaar VolkerWessels?

Dit onderzoek naar Strijp-S in Eindhoven is gedaan aan de hand van de volgende onderzoeksvraag:

Onderzoeksvraag:

Wat zijn de belangen en beweegredenen voor de verschillende stakeholders bij de ontwikkeling van Strijp-S en zijn hierbij positieve agglomeratie-effecten te verwachten?

Deelvragen:

- 1) Welk proces wordt er doorlopen om tot de realisatie van Strijp-S te komen?
- 2) Welke faciliteiten, voorzieningen en mogelijkheden worden er gecreëerd?
- 3) Welke actoren zijn er betrokken bij de realisatie van Strijp-S?
- 4) Met welk doel hebben de verschillende stakeholders voor dit project en deze vorm van operationalisering gekozen?

In paragraaf 2.4 wordt uiteengezet hoe antwoord is gezocht op de vier deelvragen, welke middelen gebruikt werden en in welke fases het onderzoek werd opgedeeld.

2.3 Opzet Case Study

Bij de onderzoeksmethoden is gebruik gemaakt van Robert K. Yin's 'Case Study Research' (2009, 8). Hierin heeft hij een schema (figuur 2.1) weergegeven waaruit duidelijk wordt welk type onderzoek het meest geschikt is bij een specifieke onderzoeksvraag. Voor bovengenoemde onderzoeksvraag bleek een casestudy het meest geschikt, omdat er per betrokken partij werd gekeken naar de doelstellingen en belangen. Daarnaast werd er geen controle uitgeoefend op gedrag en lag de focus op de hedendaagse situatie.

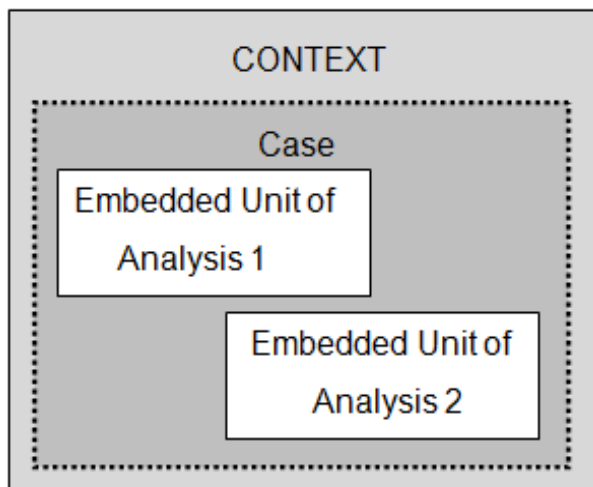
14 augustus 2009

Figuur 2.1: Relevant Situations for different Research Methods

Method	Form of research Question	Requires Control of Behavioral Events?	Focuses on Contemporary Events?
Experiment	How, why?	Yes	Yes
Survey	Who, what, where, how many, how much?	No	Yes
Archival	Who, what, where?	No	Yes/no
History	How, why?	No	No
Case Study	How, why?	No	Yes

Bron: COSMOS Corporation, Robert K. Yin 2009, 8.

Figuur 2.2: Basic Types of Designs for Case Studies



Bron: COSMOS Corporation, Robert K. Yin 2009, 8.

In dit onderzoek is gebruik gemaakt van wat Robert Yin (2009, 46) noemt: een 'embedded single case design' (zie figuur 2.2). Dit omdat er onderzoek gedaan is naar één subject (single-case), namelijk Strijp-S. Maar binnen dat subject zijn een aantal verschillende eenheden afzonderlijk onder de loep genomen (embedded unit of analysis).

Verder somt Yin (2009, 48) een vijftal 'rationales' op waaruit een single case kan bestaan. Dit onderzoek naar Strijp-S is te scharen onder de 'representative case', ook wel 'typical case' genoemd. In een dergelijk onderzoek is het doel de omstandigheden en condities van een dagelijkse standaardsituatie weer te geven. Het kan een typisch 'project' weergeven, te midden van verschillende andere projecten. Dit is ook het geval bij Strijp-S.

2.4 Operationalisering en onderzoeksfasering

In de eerste fase van dit onderzoek is, uitgeschreven in hoofdstuk 1, een **literatuuranalyse** uitgevoerd, waarin de begrippen 'creatieve industrie', 'creatieve stad', 'creatieve klasse' en 'creatieve agglomeratie' zijn uitgediept. Hiervoor zijn de benaderingen en omschrijvingen van verschillende auteurs tegenover elkaar afgewogen. Daarnaast is er gekeken naar de positie van de gemeente Eindhoven in de creatieve sector van Nederland en de karakteristieken van de creatieve stad Eindhoven.

Vervolgens is in fase twee een **documentenanalyse** uitgevoerd, waarbij informatie werd vergaard over het beleid in Eindhoven en met name Strijp-S. Deze gegevensverzameling had als doel antwoord te vinden op de deelvragen:

- Welk proces wordt er doorlopen om tot de realisatie van Strijp-S te komen?
- Welke faciliteiten, voorzieningen en mogelijkheden worden er gecreëerd?
- Welke actoren zijn er betrokken bij de realisatie van Strijp-S?

De informatie is verkregen uit beleidsstukken, rapporten en vanuit de websites van Strijp-S en betrokken partijen. Het beleid van de partijen die hieronder in paragraaf 2.5 genoemd worden, is aan een documentatieonderzoek onderworpen. Yin (2009, 102) noemt een aantal plus- en minpunten van het uitvoeren van een documentenanalyse (zie figuur 2.3).

Figuur 2.3: Six sources of Evidence: Strengths and Weaknesses

Source of Evidence	Strengths	Weaknesses
Documentation	Stable - can be reviewed rapidly Unobtrusive - not created as a result of the case study Exact - contains exact names, references, and details of an event Broad coverage - long span of time,	Retrievability - can be difficult to find Biased selectivity, if collection is incomplete Reporting bias - reflects (unknown) bias of author

14 augustus 2009

	many events, and many settings	Access - may be deliberately withheld
--	--------------------------------	---------------------------------------

Bron: Yin 2009, 102.

Yin (2009, 103) waarschuwt bij de uitvoering van een documentenanalyse voor het raadplegen van internetbronnen, omdat deze onjuiste of onvolledige informatie kunnen verschaffen. Hij adviseert dan ook op zoek te gaan naar lokale bibliotheken of andere bronnen, waar artikelen te vinden zijn die online niet te verkrijgen zijn. Ook onderzoeksrapporten die niet op het internet verschijnen, kom je op deze manier op het spoor. Bovendien is deze informatie over het algemeen betrouwbaarder dan informatie die via het internet is verkregen.

De casestudyonderzoeker moet ervoor waken dat hij *definitieve* bronnen raadpleegt, stelt Yin (2009, 105). Er verschijnen namelijk regelmatig rapporten en verslagen over beleidsplannen en voorstellen die uiteindelijk niet tot uitvoering komen. Bovendien moet de onderzoeker er rekening mee houden dat deze stukken niet voor hem geschreven zijn, maar voor de partijen die betrokken zijn bij het project. In deze rapporten maken de partijen hun doelstellingen duidelijk, maar dat wil niet direct zeggen dat dit de algemene doelstellingen zijn van het project.

In de derde fase werden een aantal **interviews** afgenomen met de voornaamste actoren rondom Strijp-S. In deze fase werd antwoord gezocht op de onderzoeksvraag en de laatste deelvraag:

- Met welk doel hebben de verschillende stakeholders voor dit project en deze vorm van operationalisering gekozen?
- Wat zijn de belangen en beweegredenen voor de verschillende stakeholders bij de ontwikkeling van Strijp-S en zijn hierbij positieve agglomeratie-effecten te verwachten?

De antwoorden op de overige deelvragen werden in de documentenanalyse al gevonden, maar werden in deze fase van het onderzoek verduidelijkt door extra uitleg die gegeven werd in de interviews.

De geïnterviewde stakeholders zijn niet de enige betrokken organisaties, maar worden gezien als de hoofdrolspelers. Spoorzone BV. is toegevoegd na afname van de eerste twee interviews, waaruit bleek dat dit bedrijf tot de belangrijkste

14 augustus 2009

stakeholders behoort. Uit de eerdere documentenanalyse kwam dat niet naar voren, vandaar dat Spoorzone in eerste instantie niet was meegenomen in dit onderzoek. Organisaties en bedrijven als Brainport en Stichting Alice werden niet meegenomen in dit onderzoek, omdat zij een marginale rol spelen in het realisatieproces van Strijp-S. In de volgende paragraaf staat een overzicht van de voornaamste partijen.

Naast deze stakeholders zijn ook drie kleine ondernemers geïnterviewd die gerekend worden tot de pioniers die de eerste stap op Strijp-S gemaakt hebben. Dit om na te gaan of de voorwaarden en faciliteiten, die geschept zijn door de stakeholders, voor de creatieve klasse ook daadwerkelijk de reden zijn om zich op Strijp-S te vestigen. Met andere woorden: kiezen deze pioniers voor Strijp-S vanwege de sfeer, de agglomeratiemogelijkheden en de faciliteiten? Of zijn het vooral de goedkope vierkante meters die Strijp-S zo aantrekkelijk maken?

Ook het afnemen van interviews brengt volgens Robert Yin (2009, 102) voor- en nadelen met zich mee (zie figuur 2.4).

Figuur 2.4: Six sources of Evidence: Strengths and Weaknesses

Source of Evidence	Strengths	Weaknesses
Interviews	Targeted – focuses directly on case study topics Insightful – provides perceived causal inferences and explanations	Bias due to poorly articulated questions Response Bias Inaccuracies due to poor recall Reflexivity – interviewee gives what interviewer wants to hear

Bron: Yin 2009, 102.

Yin (2009, 106) stelt dat de onderzoeker tijdens een interview twee taken heeft: allereerst dient hij zijn eigen lijn van ondervraging aan te houden, volgens het protocol van zijn casestudy. Daarnaast zijn er de vragen die tijdens het interview opgeroepen worden, of zoals Yin het noemt: "Your actual (conversational) questions in an unbiased manner that also serves the needs of your line of inquiry." Beide soorten vragen dienen simultaan tijdens het interview behandeld te worden.

Een interview kan volgens Robert Yin (2009, 107) verschillende karakteristieken hebben. Zo maakt hij het onderscheid tussen 'in-depth interviews', 'focused interviews'

en 'surveys'. De interviews die in dit onderzoek afgenomen werden, vallen in de laatste categorie. Het ging hier namelijk om een aantal gelijkwaardige partijen die eenzelfde pakket van vragen voorgelegd werd. Door de verschillende partijen dezelfde vragen voor te leggen, konden de antwoorden overzichtelijk naast elkaar gelegd en geanalyseerd worden.

Het afnemen van de interviews was het grootste onderdeel van dit onderzoek qua informatievergaring. Yin (2009, 112) waarschuwt onder andere voor slecht geconstrueerde vragen en het feit dat de geïnterviewde zegt wat de interviewer graag wil horen. In dit onderzoek is dat gevaar ingedamd door het opstellen van een topiclijst, die voor elk individueel interview werd uitgewerkt tot een lijst van tien tot vijftien helder geformuleerde vragen. Om de uitkomsten van de interviews te kunnen vergelijken, werd gebruik gemaakt van een topiclijst die in elk interview in ieder geval besproken moest worden. Daarnaast werd de topiclijst aangevuld met specifieke vragen per interview. Hieronder staat de topiclijst met onderwerpen die bij elk interview aan bod kwamen. Voor de individuele vragenlijsten per interview, zie de bijlagen.

Topiclijst Interviews

- Totstandkoming engagement Strijp-S
- Waarom 'ja' gezegd tegen project Strijp-S
- Belangen en beweegredenen
- Functie/rol van het bedrijf of de organisatie
- Verloop van het project
- Visie op het project
- Doelstellingen
- Agglomeratie
- Toekomst

Tijdens de interviews lag het accent op een aantal aandachtspunten. Allereerst lag de focus op de vragenlijst en werd er niet tot nauwelijks afgeweken van dit kader. Dit om te voorkomen dat er tal van zijpaden bewandeld werden die niet van belang zijn voor dit onderzoek. Daarnaast lag de focus op de belangen en doelstellingen en wat

minder op de functies van de verschillende partijen. Het is belangrijk te weten wat de activiteiten van elke partij zijn, maar in dit onderzoek zijn vooral de beweegredenen en visies op de toekomst belangrijk. Laatste aandachtspunt was de wijze van ondervraging. Wanneer de antwoorden vrij oppervlakkig en weinig diepgravend waren, dan was het van belang om door te vragen met vragen als 'waarom?', 'hoe brengt u dat in de praktijk?' en 'kunt u daar een voorbeeld bij geven?'.

Bij het afnemen van de interviews is gebruik gemaakt van opnameapparatuur. Dit omdat er vrij technische onderwerpen aan bod kwamen en omdat het de objectiviteit van de uitwerking van het interview ten goede kwam. De uitspraken van de geïnterviewden werden immers rechtstreeks vanaf de band overgenomen, waardoor er geen ruimte was voor subjectiviteit vanuit de interviewer.

Bij aanvang van het interview werden de geïnterviewde stakeholders ingelicht over het onderzoek en de achtergrond van de onderzoeker. Ook werd van tevoren via mail een korte omschrijving van het onderzoek en de onderzoeksvragen naar de interviewkandidaten verstuurd. Na afloop van het interview werd de geïnterviewde stakeholders aangeboden het eindproduct van dit onderzoek toe te sturen. Alle geïnterviewde partijen gingen in op dit aanbod. De interviews met de drie ondernemers werden telefonisch afgenomen. Hen werd het toezenden van het eindproduct van dit onderzoek niet aangeboden.

2.5 Onderzoekseenheden

Park Strijp Beheer

Functieomschrijving: Hoofdverantwoordelijke voor de realisatie van Strijp-S is de projectorganisatie Park Strijp Beheer. Hierin zetelen de gemeente Eindhoven en VolkerWessels.

Gemeente Eindhoven

Functieomschrijving: Gemeente Eindhoven is de opdrachtgever van het project Strijp-S en wil hiermee een compleet nieuw woon- en werkgebied realiseren.

VolkerWessels

Functieomschrijving: VolkerWessels is een groep van bedrijven die hecht

samenwerken in de bouw en aanverwante sectoren. Bij het project Strijp-S is VolkerWessels verantwoordelijk voor de 'Bouw & Vastgoedontwikkeling'.

Credo Integrale Planontwikkeling

Functieomschrijving: Credo Integrale Planontwikkeling is een gedelegeerd planontwikkelaar die zich bezighoudt met de ontwikkeling en herontwikkeling van woon- en werklocaties. Credo is gelieerd aan VolkerWessels.

Stichting Trudo

Functieomschrijving: Trudo is de projectontwikkelaar voor de 'Driehoek', het creatieve hart van Strijp-S.

Woonbedrijf

Functieomschrijving: Woonbedrijf is de projectontwikkelaar in fase 1 en verantwoordelijk voor de bouw van de eerste 180 tot 200 woningen.

West8

Functieomschrijving: West8 is een 'international office for urban design and landscape architecture' en voor Strijp-S ontwerper van het stedenbouwkundig plan en supervisor.

Spoorzone

Functieomschrijving: Spoorzone is als planontwikkelaar verantwoordelijk voor het aan het spoor gelegen terrein op Strijp-S.

2.6 Kwalitatieve Analyse

Uit de documentenanalyse kwam voornamelijk algemene projectinformatie naar buiten, die betrekking had op de eerste drie deelvragen:

Welk proces wordt er doorlopen om tot de realisatie van Strijp-S te komen?

Welke faciliteiten, voorzieningen en mogelijkheden worden er gecreëerd?

Welke actoren zijn er betrokken bij de realisatie van Strijp-S?

Er werd op de websites en in rapporten over Strijp-S vooral uitgelegd wát het project inhoudt, maar niet zozeer waarom het gerealiseerd wordt. Na het afronden van de documentenanalyse hadden de interviews met de stakeholders plaats. Deze

volgorde was logisch en noodzakelijk, omdat de interviewer op de hoogte diende te zijn van de algemene gegevens om gefundeerde vragen te kunnen stellen aan de verschillende stakeholders over diens invulling van- en diens visie op het project Strijp-S.

Na het afnemen van de interviews met de stakeholders, werden deze in full quote vorm uitgeschreven.

De uitkomsten van de interviews zijn geanalyseerd aan de hand van de gefundeerde theoriebenadering van Wester en Peters. In de exploratiefase (Wester & Peters 2004, 78) is er door de onderzoeker een topiclijst van centrale onderwerpen opgesteld, die in alle interviewuitwerkingen aan bod kwamen. De interviews werden een de hand van deze onderwerpen in segmenten verdeeld. (Wester & Peters 2004, 84). Dit werd handmatig uitgevoerd door het toekennen van verschillende labels aan de alinea's en losse zinnen van de interviews. Hierbij stond elk label gelijk aan een begrip uit de topiclijst. Aan de hand van de volgende centrale onderwerpen, zijn de interviewuitwerkingen ontleed:

- 1) Functies
- 2) Herontwikkelingsproces
- 3) Invulling
- 4) Creatieve klasse
- 5) Sfeer/ kwartier maken
- 6) Diversiteit
- 7) Belangen
- 8) Doelstellingen
- 9) Verwachtingen
- 10) Agglomeratie-effecten

De interviews met de drie ondernemers waren korter en hadden een andere insteek. Daarom zijn deze gelabeld met de begrippen 'vestigingsargumenten', 'sfeer' en 'agglomeratie-effecten'.

In de specificatiefase (Wester & Peters 2004, 78) zijn alle gelabelde alinea's en losse zinnen geordend op onderwerp. Dit om een globaal beeld te krijgen van de visies van de stakeholders per onderwerp. De resultaten van deze fase zijn weergegeven in het

hoofdstuk 'Interviewresultaten'. In de bovengenoemde volgorde worden de uitspraken van de stakeholders per onderwerp behandeld. De antwoorden van de drie ondernemers zijn apart weergegeven van die van de stakeholders.

In de reductiefase (Wester & Peters 2004, 78) zijn de meest belangrijke en opmerkelijke antwoorden van de stakeholders kritisch bekeken door de onderzoeker en vergeleken met de antwoorden van de ondernemers. Er is gekeken naar waar de antwoorden overeenkomen en waar ze botsen. De uitkomsten van deze fase zijn weergegeven in paragraaf 5.2: Discussie.

In de integratiefase (Wester & Peters 2004, 78) zijn de interviewuitkomsten gespiegeld aan de theoretische visies uit hoofdstuk 1. Er is gekeken naar waar de visies van de theoretici overeenkomen met de visies en werkwijzen van de stakeholders van Strijp-S. Vervolgens is getracht het beleid van Strijp-S te definiëren aan de hand van de door de theoretici geformuleerde karakteristieken. Uiteindelijk wordt er teruggegrepen naar de onderzoeksvraag. De uitkomsten van deze fase zijn te vinden in de paragrafen 5.2 (Discussie), 5.3 (Positionering Strijp-S) en 5.4 (Conclusie).

2.7 Evaluatie

De waarschuwing van Yin (2009, 103) bleek ook bij de bronnen over Strijp-S op te gaan: Uit de documentenanalyse kwam redelijk wat foutieve informatie naar voren. Zo klopten namen van projectmanagers en betrokken personen niet en kwam de planning van de herontwikkeling niet overeen in verschillende documenten. Bovendien waren enkele websites gedateerd en onvolledig. De functie van Spoorzone BV. werd nauwelijks genoemd, terwijl uit de eerste interviews bleek dat deze partij wel degelijk een belangrijke rol speelt binnen het project Strijp-S.

Rapporten en beleidsprogramma's gaven weinig prijs over de exacte invulling van het project Strijp-S. De verwachting was dat in beleidsstukken omschreven zou zijn hoe elk plandeel zijn bestemming zou krijgen, maar dat bleek niet het geval. In de interviewfase werd duidelijk dat de invulling van de meeste plandelen slechts in grote lijnen bepaald is, maar dat er over de concrete uitwerking nog weinig gezegd kan worden.

Tussen woensdag 6 mei en maandag 15 juni zijn er interviews afgenomen met vijf belangrijke stakeholders van het project Strijp-S. Planontwikkelaar Woonbedrijf zegde in eerste instantie in een telefonisch onderhoud toe mee te werken aan dit onderzoek, maar liet later bij monde van ingenieur Rob Simons weten toch af te zien van een interview. Hierbij gaf Woonbedrijf de volgende verklaring:

“Uw vragen hebben betrekking op strategische onderwerpen waarover WB op dit moment nog in overleg/onderhandeling is. Het betreft strategische informatie welke wij in dit stadium nog als vertrouwelijk classificeren. Pas nadat hierover interne besluitvorming heeft plaats gevonden willen we hierover naar buiten communiceren.”

Door het toevoegen van Spoorzone BV. bleef het aantal interviewkandidaten op vijf. Het benaderen van de verschillende partijen nam behoorlijk wat tijd in beslag. Bovendien zegde niet iedereen direct toe. Met een aantal interviewkandidaten werd de afspraak gemaakt dat de onderzoeksvraag en een korte toelichting via mail werden opgestuurd, voordat ze toezegden mee te werken. De duur van de interviews varieerde van ongeveer veertig minuten tot ruim een uur. In deze interviews werd duidelijk dat een groot deel van de invulling van het project nog niet vastligt. Dat verklaart waarom de uitkomsten van de documentenanalyse redelijk oppervlakkig waren en elkaar soms tegenspraken. De interviews verliepen erg prettig. De stakeholders waren goed ingevoerd en waren niet bang hun visie prijs te geven. Ook de korte telefonische interviews met drie creatieve ondernemers uit het Klokgebouw, leverden relevante informatie op. De inhoud van alle gesprekken wordt niet hier, maar in de volgende hoofdstukken besproken.

Hoofdstuk 3: Strijp-S

3.1 Inleiding

Zoals in het vorige hoofdstuk werd omschreven, wordt in dit onderzoek gekeken naar de belangrijkste stakeholders van Strijp-S, hun belangen en hun doelstellingen. Maar om hiervan een overzichtelijk beeld te geven, moet eerst duidelijk worden wat het project Strijp-S inhoudt. De informatie in dit hoofdstuk is afkomstig van internetbronnen en rapporten van de verschillende stakeholders. In het hoofdstuk 'Literatuur' is een overzicht te vinden van alle bronnen die zijn geraadpleegd.

Strijp-S was jarenlang de thuisbasis van Philips. Er werd bedacht, uitgevonden, geproduceerd en gedistribueerd. Maar nadat het hoofdkantoor van Philips naar Amsterdam verhuisde, volgden de andere takken van het bedrijf al snel en stroomde Strijp-S leeg.

Inmiddels hebben de gemeente en VolkerWessels het terrein opgekocht, maar met het blote oog is moeilijk te zien wat de bestemming is van het gebied. De monumentale panden staan nog overeind, maar voor de rest is Strijp-S geworden tot één grote bouwput. Wat gebeurt daar op dat oude Philips-terrein? En wat gaat er de komende jaren gebeuren? Het gebied wordt ook wel 'De Verboden Stad' genoemd, omdat het jarenlang alleen begaanbaar was voor Philips-medewerkers. Oftewel; wie er niets te zoeken had, kwam er niet in.

Nog steeds is Strijp-S grotendeels verboden voor onbevoegden, al worden er met mondjesmaat panden en delen van het gebied ingericht als openbare ruimte. Zo is het klokgebouw getransformeerd van een fabriek tot een creatief broednest, waar tal van pioniers inmiddels de weg naartoe gevonden hebben. (www.klokgebouw.nl). Een oude loods is omgetoverd tot skatepark 'Area 51' en in de voormalige machinekamer zetelt momenteel een restaurant/café. (www.ed.nl) In de komende jaren worden de grenzen stukje bij beetje opgetrokken en zal Strijp-S worden tot het nieuwe creatieve hart van de regio Eindhoven. Althans, dat is het plan. De toekomst zal uitwijzen of de creatieve klasse de gang naar Strijp-S weet te vinden.

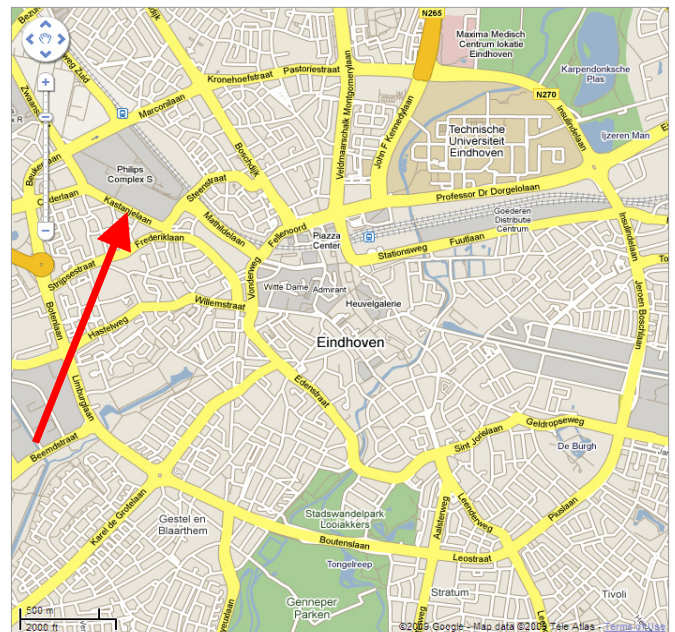
In dit hoofdstuk wordt er gekeken naar het gebied Strijp-S, naar het ontstaan van het gebied en de ligging. Bovendien worden de plannen om op het terrein van Strijp-S hét creatieve hart van de regio Eindhoven te creëren, onder de loep genomen.

Daarbij wordt er gekeken naar het beleid dat er gevoerd wordt om tot de realisatie van het project te komen. Tenslotte worden de betrokken partijen omschreven.

3.2 Het gebied Strijp-S

Op de website www.strijp-s.nl worden de plannen voor het nieuwe creatieve hart van Eindhoven ontvouwd. Strijp-S ligt noordwestelijk in het centrum van Eindhoven (zie kaartje hiernaast, waar Strijp-S staat omschreven als 'Philips Complex S'). Strijp-S heeft een gunstige ligging, aan de binnenring van Eindhoven en op een steenworp afstand van het station Eindhoven Beukenlaan. Het totale gebied bestrijkt zo'n 27 hectare en wordt omgeven door de Beukenlaan, de Schootsestraat, de Kastanjelaan, de Glaslaan en het spoor tussen station Eindhoven Beukenlaan en station Eindhoven centraal. Door de ligging aan het spoor en de ringbaan en de karakteristieke gebouwen, is Strijp-S een opvallende verschijning in het Eindhovense stadsbeeld.

Figuur 3.1: Plattegrond Eindhoven met linksboven Strijp-S



Bron: Google Maps

De oorspronkelijke bezetting van het gebied Strijp-S dateert van voor de Tweede Wereldoorlog. In 1914 werd er gestart met de bouw van het Philips Natuurkundig Laboratorium (Natlab), waarna in 1928 de Hoge Rug en het Klokgebouw en in 1929 het Ketelhuis en de Machinekamer werden gebouwd. In 1942 volgde de bouw van het Veemgebouw, dat functioneerde als magazijn voor radio- en later televisietoestellen en andere producten die door Philips vervaardigd werden. De hierboven genoemde gebouwen vallen onder Rijksmonumentenzorg.

In 2000 besloot Philips Eindhoven te verlaten, waarna het gemeentebestuur zich boog over de vraag: wat te doen met het achtergelaten bedrijventerrein? Hieruit ontstond een veelomvattend meerjarenplan, wat het oude Philips-terrein moet

transformeren tot een trekpleister voor de creatieve klasse. Een campus waar wonen, werken en recreëren op dezelfde locatie plaatsvinden en waar levendigheid en openheid de sleutelwoorden zijn.

3.3 Het project Strijp-S

Op de website (www.strijp-s.nl) die door Park Strijp Beheer in het leven is geroepen, staat kort omschreven wat de organisatie beoogt: "Op ca. 27 hectare ontstaat een vernieuwende, dynamische wisselwerking tussen bewoners, bedrijven en bezoekers van Strijp-S. Creativiteit en culturele uitingen worden op Strijp-S deel van de dagelijkse gang van zaken, waardoor de levendigheid 24 uur per dag, 7 dagen per week voelbaar en zichtbaar blijft. Strijp-S wordt een nieuwe woon-, werk- en ontmoetingsplek voor mensen van alle leeftijden, die zich aangesproken voelen door de sfeer op Strijp-S."

Deze wisselwerking tussen wonen, werken en recreëren is terug te zien in het voorgenomen aantal vierkante meters per categorie:

Woonoppervlak:	ca. 285.000 m ²
Kantooroppervlak:	ca. 90.000 m ²
Commerciële voorzieningen en cultuur:	ca. 30.000 m ²
Facultatief:	ca. 30.000 m ²

In totaal worden er 2.500 tot 3.000 woningen gebouwd, te weten atelierwoningen, appartementen, stadswoningen en loftappartementen.

De bouw van Strijp-S zal plaatsvinden in vier fases, die in de tabel hieronder staan omschreven.

Figuur 3.2: Planning project Strijp-S

Fase	Gebied	Planning
1	Gedeelte tussen de Schootsestraat en de Torenallee	start medio 2006 - eind 2010

14 augustus 2009

2	De Driehoek, grenzend aan de Torenallee, de Beukenlaan en de Philitelaaan	start 2008 - eind 2010/2013
3	Gedeelte tussen de Philitelaaan en Mathildelaan	start 2011 - eind 2015
4	Gedeelte tussen de Glaslaan, de Kastanjelaan en de Torenallee	start 2014 - eind 2020

Bron: strijp-s.nl

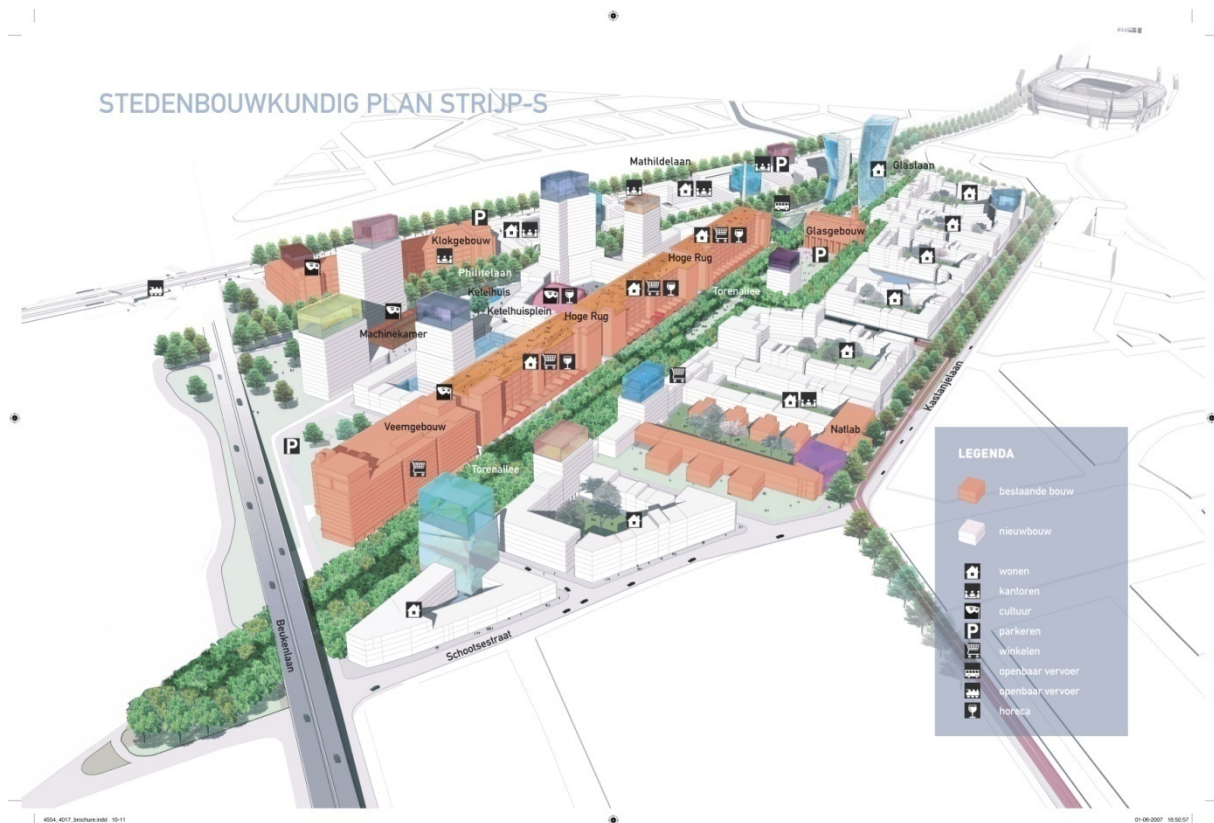
De gemeente heeft het gebied Strijp-S aangeboden via een prijsvraag, die gewonnen werd door VolkerWessels. Dat betekent dat VolkerWessels eigenaar werd van het gebied, voor de som van 330 miljoen gulden. Dat gebeurde via een constructie waarbij de gemeente de grond kocht van Philips, vanwege fiscale redenen. Het is namelijk belastingtechnisch aantrekkelijker als een gemeente grond koopt, dan wanneer een ontwikkelaar dat doet. VolkerWessels nam de grond vervolgens over van de gemeente en besloot om het project te realiseren door middel van een publiekprivate samenwerking (PPS). Dit omdat het voor één bouwbedrijf onmogelijk is een gebied van deze grootte te herontwikkelen. VolkerWessels en de gemeente zijn hoofverantwoordelijk voor het totale gebied en er worden plandelen verkocht aan planontwikkelaars. De gemeente en VolkerWessels zijn beide voor 50% risicodragend. De gemeente richt zich vooral op het einddoel, waarbij de verschillende ontwikkelaars zich bezighouden met de concrete invulling van de herontwikkeling.

3.4 Gebouwen en gebieden

Zoals eerder gezegd vallen een aantal panden op Strijp-S onder de Rijksmonumentendienst en deze mogen dus niet gesloopt worden. Andere blijven staan omdat ze kenmerkend zijn voor het stadsbeeld in Eindhoven. De informatie over de hieronder omschreven deelplannen is afkomstig van de website van Strijp-S: www.strijp-s.nl.

14 augustus 2009

Figuur 3.3: Stedenbouwkundig plan Strijp-S



Bron: Strijp-s.nl.

Het NatLab

Het voormalig Natuurkundig Laboratorium is geen monument maar toch is er voor gekozen om het gebouw te laten staan. Volgens Park Strijp Beheer is het NatLab door haar afmetingen, ligging en renovatiemogelijkheden geschikt voor een 'divers programma'. Op het moment wordt er een haalbaarheidsstudie verricht naar een



Bron: Strijp-s.nl.

creatief-economisch concept. Gedacht wordt aan een verzamelgebouw voor starters, kleinschalige bedrijven en wat grotere bedrijven in de creatieve sector.

De Driehoek

In de Driehoek moet het creatieve hart van Strijp-S verrijzen en dit is het eerste deel van het terrein dat ontwikkeld zal worden. Dit is het gedeelte met het meeste

14 augustus 2009

industriële erfgoed: het Veemgebouw, de Hoge Rug, het Ketelhuis en de Machinekamer. In De Driehoek moet een combinatie ontstaan van wonen, werken, winkels en ontspanning. In de plint van de Hoge Witte Rug komen voorzieningen zoals winkels en horeca. Daarboven worden appartementen, lofts en kantoren gebouwd. Voor de invulling van het Veemgebouw wordt op dit moment uitgegaan van een parkeerfunctie maar wellicht zijn andere invullingen mogelijk.



Bron: Strijp-s.nl.

Het Klokgebouw

Aan het begin van de Philitelaaan staat het in het oog springende Klokgebouw. Dit gebouw krijgt (heeft) de volgende functie: Een verzameling van instellingen en bedrijven, die een van oorsprong creatieve cultuur uitdragen in de ruimste zin van het woord. Bijvoorbeeld theatergezelschappen, tentoonstellingruimtes, kunstenaars en ontwerpers. Ook leent het Klokgebouw zich uitstekend voor de combinatie van wonen en werken, bijvoorbeeld door er atelierwoningen te realiseren. Deze atelierwoningen zijn er nog niet gebouwd, maar staan op de planning.



Bron: Strijp-s.nl.

De Torenallee

Op de Torenallee moet een boulevard ontstaan, vergelijkbaar met de Ramblas in Barcelona en Unter den Linden in Berlijn. Op de site van Strijp-S staat beschreven wat het straatbeeld op de Torenallee moet worden: "Breed, omringd door grote



Bron: Strijp-S.nl.

bomen wordt dit een publieksruimte met schitterende sierbestrating, een kiosk, mooi verlicht en natuurlijk met uitnodigend straatmeubilair. Dit wordt dé flaneerlaan van Strijp-S. En misschien wel van heel Eindhoven." Op de kruising van de Torenallee en

de Philitelaaan zal een gebouw komen met het karakter van een poortgebouw, dat de samensmelting moet symboliseren tussen Strijp-S en de stad Eindhoven.

De Philitelaaan

De Philitelaaan wordt naast de Torenallee de tweede boulevard van Strijp-S, met hoge bomen en nieuwbouw met binnenhoven. Wonen en werken lopen door elkaar heen, wat moet zorgen voor levendigheid. Bekendste gebouw in de Philitelaaan is het Klokgebouw welke een bijzondere functie krijgt/heeft. Hierin is plaats voor zowel kleine



Bron: Strijp-S.nl.

als grote bedrijven en instellingen die werkzaam zijn in de creatieve sector. Inmiddels hebben verschillende bedrijven en ondernemers hun intrek genomen in het Klokgebouw.

Het Ketelhuis

Het Ketelhuisplein ligt in de Driehoek en is vanwege de gunstige zonligging bestemd als ruimte voor horecagelegenheden en terrassen. Centraal in de plannen staat het intieme en gemoedelijke karakter dat het Ketelhuis moet uitstralen. Op termijn moet dit plein uitgroeien tot één van de meest gewilde ontmoetingsplaatsen op Strijp-S.



Bron: Strijp-S.nl.

De Kastanjelaan

De Kastanjelaan, waaraan ook het NatLab ligt, ligt aan de zuidgrens van Strijp-S. Ook deze straat wordt een promenade, waaraan voornamelijk woningen en kantoren zullen worden gebouwd. Verder zullen er nieuwbouw stadswoningen en appartementen komen te staan.



Bron: Strijp-S.nl

De Hoge Rug

De drie monumentale gebouwen die gezamenlijk de Hoge (Witte) Rug heten, zijn een sterk herkenningspunt op Strijp-S. Over de exacte bestemming wordt nog nagedacht. Een aantal opties zijn: een Congres- of Trade Center, verschillende horecagelegenheden, winkels, andere voorzieningen en woningen. Daarnaast media, culturele instellingen en instituten of bedrijven die zich richten op leisure. Het is niet ondenkbaar dat veel van deze activiteiten naast elkaar in de Hoge Rug zullen plaatsvinden.



Bron: Strijp-S.nl.

3.5 Betrokken Partijen

Bij de realisatie van Strijp-S zijn verschillende planontwikkelaars, bouwbedrijven en wooncorporaties betrokken. In hoofdstuk 2 zijn de belangrijkste partijen al de revue gepasseerd. In de volgende paragraaf zullen ze wat uitgebreider besproken worden. De omschrijvingen zijn deels gebaseerd op de beschrijvingen waarmee de verschillende stakeholders zichzelf voorstellen op hun websites.

Park Strijp Beheer

Voor dit veelomvattende project is de organisatie 'Park Strijp Beheer BV' in het leven geroepen, die fungeert als een soort paraplu boven de andere betrokken partijen. Park Strijp Beheer is hoofdverantwoordelijke van Strijp-S. In Park Strijp Beheer zetelen de gemeente Eindhoven en VolkerWessels. Aan het hoofd staat projectdirecteur Ruud Berkhout. Als projectmanagers zijn Henk Scholte (vanuit de gemeente Eindhoven) en Thijs van Dieren (vanuit Credo/VolkerWessels) aangesteld. Voor dit onderzoek wordt zowel projectmanager Henk Scholte als projectmanager Thijs van Dieren gevraagd naar de belangen, functie en de rol van Park Strijp Beheer bij het project Strijp-S.

Gemeente Eindhoven

De gemeente Eindhoven is de opdrachtgever van het project Strijp-S en wil hiermee een compleet nieuw woon-, werk- en recreatiegebied realiseren op het voormalige Philips-terrein. In 2001 heeft de gemeente een masterplan opgesteld dat Strijp-S een

hoogwaardige uitstraling moet gaan geven. Daarin is bepaald dat de gebouwen met een belangrijke industrieel-architectonische waarde en een monumentaal karakter de dragers zijn van het masterplan. De gemeente heeft ervoor gekozen om 130.000 m² van het bestaande bouwvolume van 450.000 m² te behouden en een nieuwe bestemming te geven. Voor dit onderzoek wordt projectmanager Henk Scholte gevraagd naar de belangen, functie en de rol van gemeente Eindhoven bij het project Strijp-S.

VolkerWessels

VolkerWessels is een groep van bedrijven die hecht samenwerken in de bouw en aanverwante sectoren. Het bouwconcern VolkerWessels houdt zich vanuit een decentrale organisatie bezig met het ontwerpen, ontwikkelen, realiseren en beheren van de gebouwde omgeving. Bij het project Strijp-S is VolkerWessels verantwoordelijk voor de 'Bouw & Vastgoedontwikkeling' en heeft het zitting in Park Strijp Beheer BV. Voor dit onderzoek wordt projectmanager Thijs van Dieren gevraagd naar de belangen, functie en de rol van VolkerWessels bij het project Strijp-S.

Credo Integrale Planontwikkeling

Credo Integrale Planontwikkeling is een gedelegeerd vastgoedbedrijf dat zich bezighoudt met de ontwikkeling en herontwikkeling van woon- en werklocaties. Hierbij is de 'Credo-beleving' een belangrijke factor, wat betekent 'het creëren van een complete aangename leefomgeving, waar het goed leven is in de ruimste zin van het woord'. Credo is gelieerd aan VolkerWessels. Bij het project Strijp-S treedt Credo op als gedelegeerd ontwikkelaar en is het verantwoordelijk voor de transformatie en alle aspecten die hier verband mee houden. Voor dit onderzoek wordt projectmanager Thijs van Dieren gevraagd naar de belangen, functie en de rol van Credo bij het project Strijp-S.

Stichting Trudo

Stichting Trudo is een woningcorporatie die in 1994 is ontstaan uit een fusie tussen woningcorporatie Sint Trudo en het gemeentelijke woningbedrijf. Stichting Trudo is eigenaar van al het vastgoed dat Trudo verhuurt en verkoopt. Alle nevenactiviteiten van Trudo zijn ondergebracht in de Trudo Holding BV. Binnen het project Strijp-S is Trudo de projectontwikkelaar voor de 'Driehoek', het creatieve hart van Strijp-S.

Voor dit onderzoek wordt relatiebeheerder Sietske Aussems gevraagd naar de belangen, functie en de rol van stichting Trudo bij het project Strijp-S.

Woonbedrijf

Woonbedrijf is een woningcorporatie zonder winstoogmerk met ruim 31.000 woningen in Eindhoven en omgeving. Binnen het project Strijp-S is Woonbedrijf de projectontwikkelaar in fase 1 en verantwoordelijk voor de bouw van de eerste 180-200 woningen. Na een eerste contact stond Woonbedrijf, bij monde van ingenieur Rob Simons, positief tegenover dit onderzoek. Nadat deze echter de onderzoeksvragen onder ogen had gekregen, werd er afgezien van medewerking aan een interview, met de volgende verklaring: "Uw vragen hebben betrekking op strategische onderwerpen waarover WB op dit moment nog in overleg/onderhandeling is. Het betreft strategische informatie welke wij in dit stadium nog als vertrouwelijk classificeren. Na interoverleg hebben wij derhalve besloten geen medewerking te verlenen aan uw verzoek." (responsmail van Ing. R.J.M. (Rob) Simons op 26 mei 2009).

West8

West8 is een 'international office for urban design and landscape architecture'. West8 houdt zich bezig met grootschalige stedelijke 'masterplanning' en design, landschapsveranderingen, waterkantprojecten en tuinen. Daarnaast ontwikkelt het concepten en visies voor grootschalige planningen op het gebied van urbanisatie en infrastructuur. Voor Strijp-S heeft West8 het stedenbouwkundig plan ontworpen en is het aangesteld als supervisor. Voor dit onderzoek wordt stedenbouwkundige Robert Schütte gevraagd naar de belangen, functie en de rol van West8 bij het project Strijp-S.

Spoorzone

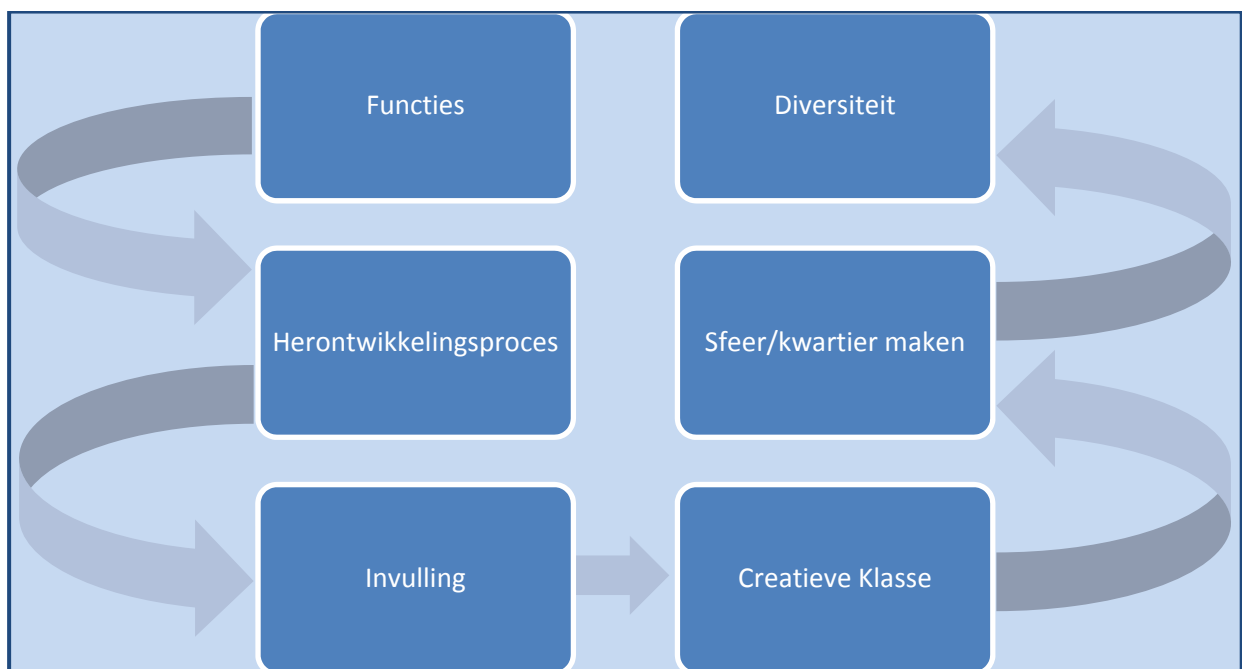
Spoorzone BV. is verantwoordelijk voor de herontwikkeling van het gebied langs de spoorlijn, vanaf het Klokgebouw tot de kop van Strijp-S richting het Philips-stadion. Spoorzone BV is voor de realisatie van dit terrein op Strijp-S in het leven geroepen door VolkerWessels. Spoorzone richt zich vooral op het bouwen en ontwikkelen van kantoren en appartementen in het hogere segment. Voor dit onderzoek wordt medeoprichter Toon de Koning gevraagd naar de belangen, functie en de rol van Spoorzone BV. bij het project Strijp-S.

Hoofdstuk 4: Interviewresultaten

4.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden de uitkomsten van de interviews tegen het licht gehouden. Om deze op een logische volgorde te bespreken, is een tiental deelonderwerpen opgesteld. Deze onderwerpen zijn gekozen omdat ze de kern van het onderzoek weergeven en in alle interviews aan bod zijn gekomen. Aan de hand van deze thema's kunnen antwoorden worden geformuleerd op de deelvragen. In figuur 4.1 zijn de eerste zes deelonderwerpen weergegeven. De eerste drie daarvan hebben vooral betrekking op de 'wat'-vraag: Wat houdt het project Strijp-S in en wat is ieders rol binnen het project? De laatste drie thema's hebben betrekking op de 'waarom'-vraag: waarom wordt er ingezet op de creatieve klasse en waarom is het belangrijk dat zij sfeer maken op Strijp-S?

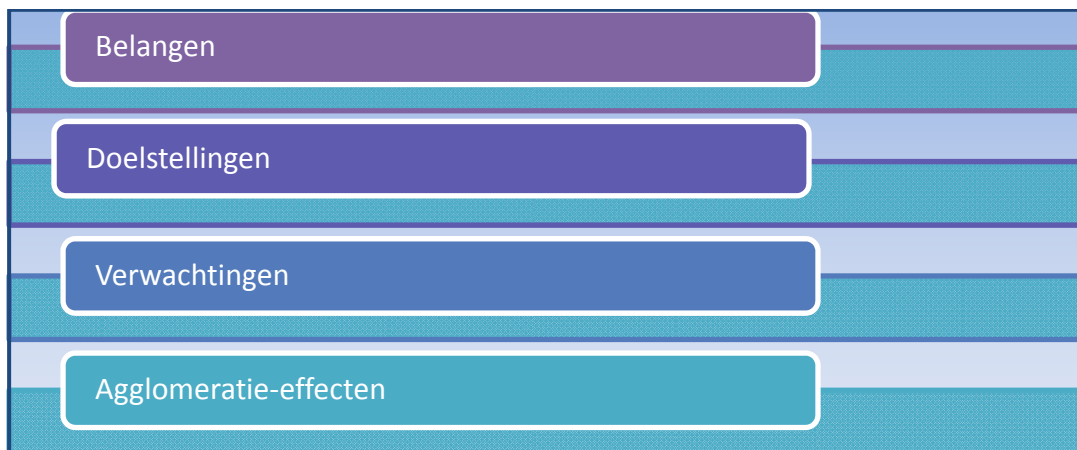
Figuur 4.1: Deelonderwerpen 1 t/m 6 van de interviewresultaten



De laatste vier deelonderwerpen staan los van het concrete herontwikkelingsproces en richten zich vooral op de drijfveren en intenties van de vijf geïnterviewde stakeholders. In figuur 4.2 zijn deze thema's weergegeven in de volgorde waarin ze behandeld worden. Allereerst wordt gekeken naar de belangen die elke partij had om in te stappen in het project. Daarna worden de doelstellingen doorgenomen en wordt

er gekeken of het in de lijn der verwachting ligt dat deze doelstellingen in de komende jaren ook echt behaald kunnen worden. Op Strijp-S moet een agglomeratie van technologie, innovatie en design ontstaan. In de laatste paragraaf van dit hoofdstuk worden de verschillende visies over agglomeratie onder de loep genomen.

Figuur 4.2: Deelonderwerpen 7 t/m 10 van de interviewresultaten



4.2 Functies

Koekebakker (2005, 227) stelt dat de feitelijke herontwikkeling van creatieve gebieden als Strijp-S vaak in handen is van een private partij. Maar hij voegt daaraan toe dat daarbinnen vormen van publiekprivate samenwerking denkbaar zijn. Dat is in dit project het geval. VolkerWessels is het bouwconcern dat de totale bouw op zich neemt, terwijl verschillende plandelen zijn uitbesteed aan planontwikkelaars. De gemeente is via Park Strijp Beheer eveneens actief bij het project Strijp-S.

Park Strijp Beheer BV. is duidelijk de sturende partij op Strijp-S, met Thijs van Dieren en Henk Scholte als projectmanagers. Eerstgenoemde is afkomstig van Credo Integrale Planontwikkeling, onderdeel van VolkerWessels. Laatstgenoemde is aangesteld vanuit de gemeente. Scholte: "Je moet ons zien als 'de handjes' van het werkapparaat van Strijp-S. Het is onze taak om alle handelingen te verrichten die de grond geschikt maken voor de functies die men erop wil bouwen." Deze nogal vage formulering wordt door Scholte als volgt verhelderd: "Eén van de hoofdactiviteiten is het saneren van het milieuprobleem. Verder zijn we verantwoordelijk voor het NGE-onderzoek (onderzoek naar explosieven) en maken we het gebied bouwrijp, wat

inhoudt dat we alle oude kabels en leidingen uit de grond verwijderen.” Thijs van Dieren vult aan: “Park Strijp Beheer is de spin in het web, waar alles samenkomt en waar het geheel wordt overzien. Ook beheer van de panden, het aansturen van de aannemers en afspraken maken met afnemers behoren tot ons takenpakket. Onze taak is zo divers dat er een man of vijftig voor Park Strijp Beheer werkzaam is.”

Credo Integrale Planontwikkeling is een planontwikkelaar die volledig eigendom is van VolkerWessels. Van Dieren: “Credo houdt zich bezig met gebiedontwikkeling zoals op Strijp-S en met kleinere ontwikkelingen en uitbreidingen, maar hoofdzakelijk in het voortraject en binnen strategische coöperaties.” Ook Spoorzone BV. is onderdeel van VolkerWessels en is verantwoordelijk voor ongeveer 90.000 m² oppervlakte. Het is een werkmaatschappij die voor Strijp-S in het leven geroepen is, waarin VolkerWessels samenwerkt met de ontwikkelaar 3W. Spoorzone zit in de startfase van de herontwikkeling, verklaart Toon de Koning: “2009 en 2010 vormen een fase waarin we visies ontwikkelen en een programma van eisen schrijven. Verder doen we stedenbouwkundig onderzoek, proberen we parkeeroplossingen te vinden en hebben we een vergaderfrequentie waarin acties worden gerubriceerd en worden opgepakt door ontwikkelaars.”

Stichting Trudo is verantwoordelijk voor de herontwikkeling van onder andere het Klokgebouw en De Driehoek. VolkerWessels heeft Trudo bij Strijp-S betrokken met de vraag of de woningcorporatie een deel van het project voor zijn rekening wil nemen. Sietske Aussems: “Ons werd gevraagd welk deel van Strijp-S we onder handen wilden nemen, waarna Trudo gekozen heeft voor de monumentale panden en de Driehoek. Het is niet zo dat wij, omdat we het gebied hebben aangekocht, de zeggenschap hebben over de Driehoek. Er is een gezelschap samengesteld, ook wel de ‘Board of Inspiration’ genoemd, waarbij West8 onder leiding van Adriaan Geuze de supervisie heeft over het gebied.”

De supervisie over het totale project Strijp-S is inderdaad een belangrijke taak van West8. Daarnaast heeft het architectenbureau het stedenbouwkundige plan ontworpen. Over de rol van supervisor zegt Robert Schütte: “Dat moet je heel breed zien. Aan de ene kant beoordelen we concrete architectenplannen op stedenbouwkundige, architectonische kwaliteit. Daarnaast is onze supervisierol ook

een ontwerpersrol, een ambassadeursrol en voeren we discussies in het veld met ondermeer de Rijksdienst Monumentenzorg.” Dat West8 de supervisie over Strijp-S heeft, betekent niet dat het de eindverantwoordelijkheid voor het project heeft. Schütte: “West8 heeft de laatste stem in wat er uiteindelijk in de verschijningsplannen gaat gebeuren. Maar als Park Strijp Beheer zegt dat er een McDonald’s komt, dan kunnen we op onze achterste benen gaan staan, maar komt die McDonald’s er toch. In die zin is onze macht beperkt, terwijl onze rol vrij breed is.”

4.3 Herontwikkelingsproces

Toen Philips besloot om te vertrekken uit Eindhoven, gaven de gemeente en Philips Riet Bakker de opdracht een masterplan te schrijven. Dat plan had twee doelen, vertelt projectmanager Henk Scholte van Park Strijp Beheer: “Enerzijds wilde de gemeente bekijken hoe een terrein van 27 hectare weer opgenomen kan worden in het stedelijk weefsel. Aan de andere kant was het voor Philips een mogelijkheid om de prijs te bepalen.”

Vanaf het moment dat duidelijk werd dat Strijp-S het nieuwe creatieve hart van Eindhoven moest worden, ging de gemeente op zoek naar een vennoot om de bouw te realiseren. In het theoretisch kader werd de onderzoeksvraag van Mommaas (2004, 509) aangehaald: “Are we witnessing the development of a new relation between public policy and civil society, in which hybrid public–private organizations have become as important as the state in defining what cultural policy means?”

Gekeken naar Strijp-S kan gesteld worden dat hier inderdaad sprake is van een hybride publiekprivate organisatie, die het creatief beleid op het terrein bepaalt. Projectmanager Thijs van Dieren van Park Strijp Beheer legt uit waarom de gemeente ervoor heeft gekozen om samen met een bouwconcern de herontwikkeling van Strijp-S te realiseren: “Je kunt als stad niet oneindig absorberen, dat is de reden dat deze publiekprivate samenwerking is ontstaan. Hierbij zijn de gemeente en VolkerWessels beide voor 50% risicodragend gaan participeren in de herontwikkeling van Strijp-S.”

Nadat bekend was dat VolkerWessels de uitgeschreven prijsvraag had gewonnen, is het bouwconcern samen met de gemeente begonnen met het vervreemden van verschillende plandelen. Het masterplan en later het stedenbouwkundig ontwerp van

West8 waren het startschot voor de herstructurering van Strijp-S. Verschillende woningcorporaties en planontwikkelaars namen de verantwoordelijkheid voor een plandeel op zich. Robert Schütte (West8): “De gemeente Eindhoven en VolkerWessels trekken de kar. Elk deelgebied is uitbesteed aan deelontwikkelaars met de bedoeling dat alles langzaamaan per blok of per cluster van blokken zijn beslag krijgt.” De deelontwikkelaars hebben zich te houden aan de door de gemeente gestelde voorwaarden, legt Henk Scholte uit: “De ontwikkelaars krijgen van ons een richtlijndocument, waarin staat wat de uitgangspunten en randvoorwaarden zijn en waarin een productdefiniëring gegeven wordt. Daarop kan de ontwikkelaar weer reageren, zodat het ‘maakbaarheidgehalte’ vergroot wordt. Uiteindelijk wordt hieruit het programma van eisen opgesteld, wat onderdeel is van het grondcontract.”

Terugkijkend naar de vijf onsamenhangende velden waarin de creatief-stedelijke politiek opereert (Mommaas 2004, 524), is het vierde veld duidelijk waarneembaar op Strijp-S. Dat veld bestaat uit het vinden van nieuwe bestemmingen voor oude gebouwen en verlaten locaties. Het beleid is gericht op het creëren van een nieuwe economische basis voor het renoveren en behouden van 19^e eeuwse erfgoed.

Ook op Strijp-S is een belangrijke rol weggelegd voor de monumentale panden, vertelt Schütte: “Deze zijn erop gemaakt om hele grote dingen te maken. Hiermee bedoel ik dat het grote stevige panden zijn met grote ruimtes. Daar maak je zonder grote investeringen niet zomaar iets totaal anders van. Maar als je die gebouwen stript en van basisvoorzieningen voorziet, kun je in principe een flink aantal betaalbare vierkante meters aanbieden.” West8 heeft in het stedenbouwkundig ontwerp geadviseerd om bij elk gebouw te bekijken of er in de huidige vorm nog iets te maken is. “Al is het maar tijdelijk.” zegt Schütte. “Bij ‘tijdelijk’ in stedenbouwkundige termen moet je trouwens denken aan een periode van tien tot vijftien jaar, wat nog behoorlijk lang is.”

Doordat geen van de deelontwikkelaars interesse had in het terrein langs het spoor (de spoorzone), besloot VolkerWessels Spoorzone BV. in het leven te roepen voor de herontwikkeling van dat gebied. Toon de Koning verklaart: “VolkerWessels wil zelf graag meedoen. Geen enkele woningbouwvereniging of belegger in woningen bouwt

kantoren. Dus dat doet VolkerWessels zelf in samenwerking met 3W. Op die manier is Spoorzone BV. ontstaan uit VolkerWessels.”

Henk Scholte onderstreept de belangrijke rol van West8 in het herontwikkelingsproces: “Het geheel transformeert van visie, naar concept, naar projecten. Daarin moet consistentie blijven bestaan over de jaren. Daarom hebben we West8, onder leiding van Adriaan Geuze, de supervisie gegeven over het plan, om de samenhang en de ontwikkeling vast te houden.”

4.4 Invulling

De in het theoretisch kader aangehaalde theoretici delen de mening dat de lokale politiek zich niet teveel moet roeren in de invulling en de ontwikkeling van een creatief cluster. Hitters en Richards (2002, 245) stellen bijvoorbeeld dat innovatie en creativiteit botsen met drastische overheidsinterventie of een dominante managementstrategie. De beleidsbepalers op Strijp-S lijken die boodschap te hebben begrepen. Waar de structuur van de herontwikkeling in grote lijnen vastligt, is de invulling daarvan grotendeels onbeslist. Duidelijk is dat geen van de partijen een nauwgezet vaststaand beeld voor ogen heeft. Henk Scholte legt uit: “Je moet geen kant-en-klaar plan maken voor dit gebied. De ontwikkeling duurt vijftien tot twintig jaar en je moet niet willen weten hoe het er over vijftien jaar uit ziet. Dus probeer het concept zo aan te bieden, en nu chargeer ik een beetje, dat mensen ‘hun eigen Strijp-S’ kunnen maken. We hebben vanwege de regelgeving in Nederland een bestemmingsplan moeten maken voor Strijp-S, maar eigenlijk staat dat op gespannen voet met onze visie op gebiedsontwikkeling.”

En dus wordt er gezocht naar potentiële afnemers, waarna wordt gekeken hoe deze het best ingepast kunnen worden op Strijp-S. Thijs van Dieren zegt hierover: “Er is een aantal initiatieven (ondernemers, bedrijven, scholen, overheidsinstellingen) dat zich hier graag wil vestigen. We onderzoeken samen met die partijen waar ze op Strijp-S gehuisvest kunnen worden, hoe dat eruit ziet en wat de mitsen en maren zijn.” Henk Scholte vult aan: “Strijp-S moet zichzelf creëren. Het bestemmingsplan ligt er weliswaar, maar als iets niet past of niet kan, dan veranderen we gewoon de invulling. We gaan geen initiatieven modelleren om ze binnen het plan te laten passen, omdat je dan alle creativiteit wegneemt. We willen van Strijp-S een regelarme zone maken.”

Robert Schütte noemt een onderwijsinstelling als voorbeeld: “Die heeft onder andere buitenruimte, een aula en een fietsenstalling nodig. Heel banale dingen. Maar omdat het stedenbouwkundig plan een algemeen programma is, moet je op het moment dat een school komt goed nadenken over hoe je de verschillende onderdelen clustert. Het planproces begint eigenlijk opnieuw, maar wel binnen het eerder opgestelde kader.”

Wat dat betreft sluit het beleid van Park Strijp Beheer en West8 aan op de visie van Koekebakker (2005, 226) die zegt dat creativiteit niet te reguleren is. Hij voegt daar echter wel aan toe dat het stedelijk milieu waarin ze gedijt des te meer reguleerbaar is. Hij noemt onder andere de omstandigheden die rechtstreeks verbonden zijn met creatief werk als zodanig, zoals bedrijfsruimte, financiering en infrastructuur. Daarnaast zijn er de voorwaarden waarvan de werking eerder indirect is: het woningaanbod, het publieke domein en de openheid en tolerantie in een stad.

Trudo houdt zich vooral bezig met de eerste categorie voorwaarden, die rechtstreeks zijn verbonden met creatief werk, blijkt uit de woorden van Sietske Aussems. (Koekebakker 2005, 226). Trudo zorgt ervoor dat er in het Klokgebouw allerlei faciliteiten aanwezig zijn, waarvan bedrijven gebruik kunnen maken. “Er moeten een aantal facilitaire voorzieningen ontstaan; een Kamer van Koophandel, een dependance van de Rabobank, een octrooienbank, een jurist, een accountant, een boekhouder, een koffiecorner, een vergaderruimte, enzovoorts.”

Ook Spoorzone probeert de ideale omstandigheden te creëren om het gebied interessant te maken voor de beoogde doelgroep. Hierbij wordt vooral ingezet op de tweede categorie voorwaarden, waarvan de werking indirect is. (Koekebakker 2005, 226). Toon de Koning: “We zijn professionele ontwikkelaars, dus we weten welke partijen zich het liefst hier willen vestigen. Rondom dit initiatief bedenken we concepten van gebruikers. Is dat een fietsenzaak of een Harley Davidson-showroom, een spaghettitent of een traiteur? Kortom, de soorten gebruikers en activiteiten bepalen de leefomgeving, een soort aureool in een gebied. In die sfeer bedenken we gebouwen.” Spoorzone gaat specifiek op zoek naar partijen van wie De Koning denkt dat ze op Strijp-S thuishoren. “Per plandeel zoeken we gebruikers. We gaan niet zitten wachten, maar we zoeken. We scheppen een concept en trekken daarna mensen aan. We doen niet aan passieve, maar actieve acquisitie.”

Mondiaal zitten we in een periode van economische tegenslag, waardoor de kans groot is dat bedrijven eventjes geen grote beslissingen nemen en de stap naar Strijp-S (voorlopig) niet wagen. Dat zou betekenen dat de bouw uitgesteld moet worden, verklaart De Koning: "We beginnen niet met de bouw alvorens 70 tot 80% van het risico van een plandeel is weggezet aan een eindgebruiker. Pas wanneer een kantoor verhuurd of verkocht is aan een belegger, wordt er gebouwd. Wij bouwen niet voor de leegstand." Robert Schütte vult aan: "De vraag bepaalt. Dus op het moment dat we weten hoeveel kandidaten we hebben voor een aantal vierkante meters, maken we die meters in orde. De rest blijft braak liggen. Pas als iemand een businessplan en financiën van de bank heeft, stappen we erin. Eerder niet. We gaan niets gereedmaken voor een programma dat niet van de grond komt. Dat is een te groot risico."

4.5 Creatieve Klasse

Aangezien er pas gebouwd gaat worden wanneer er kopers zijn, is het zaak dat er spoedig afnemers gevonden worden. Daarbij vormt de creatieve klasse het speerpunt. Waar theoretici trachten een heldere definiëring van de creatieve klasse te formuleren, laten de geïnterviewde stakeholders dat achterwege. Bedrijven en ondernemers die binnen de driehoek design-innovatie-technologie vallen, worden gezien als de creatieve klasse. Florida (2003, 26) stelt dat bedrijven zich naar de creatieve klasse toe bewegen, dus Strijp-S is erbij gebaat zo snel mogelijk een kern van creatieve pioniers te huisvesten. Sietske Aussems legt uit waarom: "Omdat het jong bloed is, jonge aanwas met een frisse kijk. Je ziet het in het Klokgebouw, waar mensen elkaar opzoeken en elkaar verrijken. Ze kunnen veel voor elkaar en voor de stad Eindhoven betekenen."

"Waarom de creatieve klasse van belang is?" herhaalt Robert Schütte de vraag. "Als je spreekt over het zoeken naar afzetgebieden, dan heeft iedereen daar zijn eigen ideeën bij, waarbij de creatieve klasse altijd een belangrijke rol speelt." Een wat ambigu statement, dat na de uitleg van Thijs van Dieren duidelijker wordt. Van Dieren: "Je ziet een landelijke trend waarin de creatieve klasse, wij noemen het de minipreneur, een steeds grotere economische waarde vertegenwoordigt. Dus voor de economie van Eindhoven is deze categorie van enorm belang qua werkgelegenheid en het genereren van omzet."

Volgens Schütte hoeft niet alles uit de kast gehaald te worden om de creatieve klasse naar Strijp-S te halen: "We trekken niet aan alle touwtjes om deze binnen te halen. De onderstroom van de creatieve klasse dient zich vanzelf aan. Het zijn per definitie mensen die op zoek zijn naar de kansen die er in een stedelijke structuur zijn: een mooi oud gebouw, niet te ver van de stad, goed bereikbaar." De visie van Henk Scholte sluit daarop aan: "Hernieuwde industriegebieden worden in het begin altijd in gebruik genomen door de creatieve pioniers. Juist de kunstenaars en kleine ondernemers worden geïnspireerd door deze ruwe industriële, verlaten gebieden."

Maar de belangrijkste vestigingsvoorwaarde van de creatieve klasse is een eenvoudige. Schütte: "Waar rekent de creatieve klasse vooral op, zeker in de beginfase? Op goedkope vierkante meters." Thijs van Dieren vult aan: "De minipreneur weet bij wijze van spreken niet waarvan hij morgen moet eten. Daarom hebben wij bewust laagdrempelig ingezet, er wordt 65 euro per vierkante meter betaald. Flexibele contracten en ruimtes en per maand kunnen huurders weer opzeggen." Schütte geeft aan dat Strijp-S voornamelijk in de beginfase goedkope bedrijfsruimte aanbiedt, maar op langere termijn zal er volgens Koekebakker (2005, 226) toch meer differentiatie moeten plaatsvinden. De creatieve economie speelt zich immers af in veel verschillende gedaanten en verbanden. Naast broedplaatsen en goedkope en gemakkelijk bereikbare bedrijfsruimten moeten er ook meer prestigieuze onderkomens en grotere bedrijfspanden aanwezig zijn.

Waar vooral gesproken wordt over het binnenhalen van de creatieve klasse, blijkt uit de woorden van Van Dieren dat deze deels al aanwezig was in Eindhoven en zichzelf aanbod: "Eindhoven was met de aanwezigheid van Philips een 'one-company-town'. Bij het vertrek van Philips werd letterlijk de ziel uit de stad gehaald en daarmee leek de potentie van Eindhoven verdwenen. Verrassend was dat in die periode nieuwe en al bestaande ondernemingen de beschikbare ruimtes innamen. Ze bouwden mee aan de economie van Eindhoven op een frisse, spannende en innovatieve wijze." De beleidsbepalers van Strijp-S doen er verstandig aan zich sterk te maken voor het behoud van de al aanwezige creatievelingen. Pratt (2008, 3) stelt immers dat de verschuiving van een industrie- naar een kennismaatschappij als nadelig effect heeft dat bedrijven niet vastgeketend zitten aan één bepaalde locatie.

Terwijl de creatieve klasse voor de overige geïnterviewden een sleutelrol speelt, stelt Toon de Koning dat Spoorzone BV. zich niet zo bezighoudt met deze categorie. “Trudo is een bij uitstek geschikte ontwikkelaar voor dat marktsegment, waar zelfgenererende creativiteit plaatsvindt. Bij Spoorzone staat niet zozeer de creatieve klasse centraal, maar het begrip ‘leefbaarheid’. Een deel van de leefbaarheid ontstaat door het vermarkten van vierkante meters aan andere doelgroepen dan de creatieve klasse.”

4.6 Sfeer en kwartier maken

Alle geïnterviewden, op De Koning van Spoorzone BV. na, benadrukken het belang van de creatieve pioniers. Ofwel, de kleine ondernemers in het creatieve segment die de eerste stap naar Strijp-S durven te zetten. Zij bepalen namelijk de sfeer op Strijp-S en zorgen ervoor dat er ‘al van alles gaande is’. Henk Scholte: “De kunstenaars en kleine ondernemers, daar mikken we nu op zodat Strijp-S begint te leven.” Robert Schütte heeft een helder antwoord op de vraag hoe dat proces zich ontwikkelt: “Pioniers zoeken elkaar bewust op. Niet zozeer om elkaar te inspireren en ideeën op te doen, maar vooral voor de sfeer. Dat is een sfeer van dynamiek en creativiteit. Een grote groep mensen behoort niet tot de creatieve klasse, maar ziet diens aanwezigheid als een belangrijke factor zich te vestigen. Hetzelfde geldt voor bedrijven.”

De visie van Schütte sluit aan op de conclusie van Hitters en Richards in hun onderzoek in 2002. Hierin stellen ze dat zowel producenten als consumenten benadrukken dat sfeer de creatieve clustergebieden aantrekkelijk maakt. Producenten zien vooral de voordelen van clustervorming bij het aantrekken van publiek, maar van actieve samenwerkingsvormen om tot innovatieve, creatieve producten te komen, is tot nog toe nauwelijks sprake. (Hitters en Richards 2002, 245).

Scholte plaatst de kanttekening dat de creatieve pioniers niet in hun eentje kwartier kunnen maken en sfeer kunnen creëren. “We willen minimaal één anchor, een grote publiekstrekker in het gebied hebben. Want de pioniers kunnen onmogelijk het hele gebied vullen. Een geschikte publiekstrekker lijkt mij bijvoorbeeld Loods5, een soort

14 augustus 2009

Ikea, maar kleinschaliger en wat meer richting creatief design. De vestigingen van Loods5 trekken ongeveer 300.000 bezoekers per jaar, dus ik zou graag een vestiging op Strijp-S hebben.”

Waar Henk Scholte zich richt op wie er sfeer moeten maken, is Robert Schütte vooral gefocust op de manier waarop die sfeer het best gecreëerd kan worden. Hij pleit voor een duidelijke scheiding tussen openbare- en privéruimte. “We willen regisseren hoe mensen door het gebied bewegen. Als je een structuur bedenkt waarbij openbaar en privé niet van elkaar gescheiden zijn, wordt het een stadsdeel waar iedereen in en uit kan. Dat is vervelend voor de bewoners want iedereen kan, bij wijze van spreken, zomaar in je achtertuin staan. Met het idee om een aantrekkelijke, dynamische en stedelijke cultuur te vestigen, komt ook de verplichting om dat op de juiste manier te regisseren.”

Stichting Trudo vindt dat niet alleen de creatieve pioniers verantwoordelijk zijn voor het kwartier maken, maar doet zelf ook een duit in het zakje door het organiseren onder andere Extrema en het Speedfest. Sietske Aussems: “Dat een woningcorporatie als Trudo zich bezighoudt met de organisatie van evenementen ligt misschien niet voor de hand. Maar het heeft puur te maken met kwartier maken. We hopen dat mensen de sfeer in het Klokgebouw aangenaam vinden en denken: ‘Het bevalt me goed hier, ik ga eens op zoek naar woonruimte op Strijp-S.’”

De sfeer is volgens alle partijen een allesbepalende factor. Maar is de belangrijkste eis niet gewoon dat er kantoorruimte, productieruimte en woonruimte verkocht wordt? Thijs van Dieren: “We hebben een filosofie, een ideaalbeeld waar we naartoe willen. Maar hoe kom je daar? Is het een kwestie van ordinair stenen stapelen en bordjes ‘Te Huur’ of ‘Te Koop’ plaatsen en wachten tot er mensen op af komen? Nee, op die manier gaat het nooit lukken. Mensen moeten een bepaalde gedachte, een bepaald gevoel krijgen bij Strijp-S. Het was jarenlang ‘De Verboden Stad’. De historie moet worden omgezet in de hoofden van mensen. Niet alleen de mensen in Eindhoven, maar in heel Nederland en zelfs daarbuiten.”

Toch stelt Henk Scholte dat de geschiedenis van het terrein niet uitgewist mag worden: “We gaan bij de herontwikkeling gebruik maken van het oude DNA van dit

gebied. Philips heeft al haar producten op dit terrein uitgevonden, wat het gebied een hoog technologisch, innovatief en creatief karakter geeft. Het moderne woon- en leefmilieu moet dan ook meer bieden dan een woning, een tuin en een winkeltje.”

Wat de sfeer uiteindelijk moet zijn op Strijp-S? Scholte: “Het moet een totale ‘quality of life’ zijn. Hiermee bedoel ik dat bewoners van Strijp-S kunnen profiteren van een totaalaanbod binnen direct handbereik. Een voorbeeld: na je werk besluit je samen met je partner of je thuis eet, bij een cateraar of bij het restaurant in het Ketelhuis. Vervolgens ga je fitnesssen in het Klokgebouw, terwijl je partner een muziekcursus volgt bij ‘Popei’. En om elf uur sluit je de avond af met een borrel in het Ketelhuis.” Dat Henk Scholte zich namens de gemeente inzet voor wat hij noemt ‘de totale quality of life’, zal Koekebakker positief stemmen. Volgens Koekebakker (2005, 231) is de gemeente namelijk verantwoordelijk voor de openbare ruimte. Deze ruimte moet borg staan voor ontmoetingen en diversiteit. Koekebakker zegt hierover: “Het omvat niet alleen de openbare ruimte van straten, pleinen en parken, maar ook openbaar toegankelijke gelegenheden als cafés en restaurants, galleries, musea, winkels, et cetera.” Uit het totaalplaatje wat Scholte hierboven schetst, blijkt dat hij Koekebakker’s raad heeft opgevolgd.

Als Strijp-S een kopie wordt van de binnenstad van Eindhoven, heeft het zijn doel gemist. De woorden ‘net effe anders’ worden regelmatig gebruikt om te illustreren wat de sfeer op Strijp-S moet worden. Aussems: “We verlangen naar unieke concepten, die elders in Eindhoven niet te vinden zijn. H&M, Zara en de Mediamarkt vind je overal, die maken Strijp-S niet boeiend. We gaan niet voor maximale huurinkomsten, maar voor kwaliteit en visie. Ook de evenementen die we organiseren moeten onderscheidend zijn en wat toevoegen aan de stad en diens imago.”

4.7 Diversiteit

Hospers en Pen (2008, 263) accentueren dat een creatief stadshart zich kenmerkt door een hoge mate van diversiteit, in de ruimste zin van het woord. Niet alleen tussen de inwoners van een stad, hun kennis en kunde en hun activiteiten, maar ook wat betreft gebouwen. Want, zo stellen Hospers en Pen, in een straat met ‘gemixte

functies' (oude gebouwen, nieuwe appartementen, kantoren, winkels, kerken, kroegen en restaurants) gebeurt altijd wat, dag en nacht, waardoor de kansen op toevallige ontmoetingen groter zijn, wat nieuwe combinaties oplevert.

In de eerste fase zullen vooral kleine creatieve ondernemers hun intrek nemen op Strijp-S, op lange termijn is een hoge mate van diversiteit het doel. Hoewel Hospers en Pen benadrukken dat diversiteit niet alleen de mensen in het gebied betreft, is dat wel het belangrijkste speerpunt van de stakeholders. Volgens Henk Scholte is Strijp-S onmogelijk te vullen met alleen creatievelingen: "Onze doelgroep is de innovatieve kenniswerker, maar we moeten ons realiseren dat de drieduizend wooneenheden in het gebied niet gevuld kunnen worden met alleen dit soort mensen. Het is een relatief kleine groep, maar de ervaring leert dat een grote groep zich erin herkent en erbij wil horen. Dan is er nog een derde categorie: een nog grotere groep van mensen die gewoon voetstoots volgen wat anderen doen."

Ook het beleid van Trudo is erop gericht zoveel mogelijk categorieën mensen aan te spreken, vertelt Sietske Aussems: "We willen niet alleen inzetten op de sfeerbepalers. De bewoners van de krachtwijken De Bennekel en Woensel-west worden niet direct aangesproken door de evenementen die we organiseren. Maar de twee goedkope fitnesscentra in het Klokgebouw maken Strijp-S laagdrempelig voor de wijkbewoners. Van daaruit proeven ze sfeer op Strijp-S. We vinden die diversiteit van mensen belangrijk omdat ons woonaanbod eveneens divers is. We zetten niet alleen in op dure appartementen voor de upperclass, maar ook op sociale woningbouw."

Robert Schütte beklemtoont eveneens dat de creatieve klasse de kar moet trekken, maar dat andere categorieën daarna moeten volgen. Schütte: "Het is belangrijk om de creatieve klasse te faciliteren, maar náást andere categorieën die je ook faciliteert. We denken dat het inderdaad heel goed is als de creatieve klasse hier neerstrijkt. Maar we denken dat het ook heel goed is als hier gezinnen en oudere mensen neerstrijken. In feite is het doel dat Strijp-S op termijn een stadsdeel is met een gemengde samenstelling van gebruikers. Zaak is wel dat je als gemeente liberaal bent in je vestigingsbeleid. Je moet niet teveel 'clubje bij clubje' willen huisvesten. Dus niet de bejaarden in de ene hoek en de gezinnen in de andere."

Opvallend is dat de spoorzone gereserveerd wordt voor de vermogende klasse. Toon de Koning: "Het wordt geen sociale wijk, het wordt ook geen middenklassenwijk. De

14 augustus 2009

spoorzone is bestemd voor de categorie vanaf de middenklasse tot het hogere segment. Anders kun je geen leefbaarheid bieden met mooie showrooms, mooie hebedingen en leuke restaurants.”

De diversiteit zit hem niet alleen in de verschillende categorieën mensen, maar ook in de verscheidenheid in gebruikers. Zowel bewoners, ondernemers, werknemers en recreanten moeten zich op Strijp-S thuis voelen. Schütte: “Het leefklimaat is minstens zo belangrijk als het ondernemingsklimaat. Wij denken dat Strijp-S aantrekkelijk is om te wonen en om te bezoeken.” Strijp-S is volgens De Koning bijna verplicht om een diversiteit van activiteiten aan te bieden. Een eenvoudige hoogbouwwoonwijk op deze locatie had geen kans van slagen gehad, stelt hij. De Koning: “Hoe wil je drieduizend appartementen aan de man brengen als je herhaalt wat in Gestel, Strijp, Woensel, Stratum en Tongelre (verschillende Eindhovense wijken, PvdH.) ook geschiedt? Je kunt alleen een nieuw stadshart maken als je daar iets extra's biedt.”

4.8 Belangen

Welke koers men wil varen met Strijp-S is inmiddels helder, maar waarom hebben de stakeholders besloten te participeren in dit veelomvattende project. Koekebakker (2005, 227) stipt aan dat de belangen van publieke en private stakeholders verschillen. Gemeenten gebruiken volgens hem vaak hun positie om voorwaarden te stellen over het prijsniveau, omdat een private onderneming zoals een projectontwikkelaar de neiging heeft projecten 'zo hoog mogelijk in de markt' te plaatsen. Voor een gemeente is het van belang dat ook kleine, minder daadkrachtige creatieve bedrijfjes een kans krijgen. Was dat voor de gemeente Eindhoven ook de belangrijkste reden om in het project te stappen? En hoe zit dat met VolkerWessels? Was het dit bouwconcern puur om de inkomsten te doen of speelden andere factoren een rol? Over de beweegredenen van VolkerWessels is iedereen het eens. Sietske Aussems: “VolkerWessels kocht dit gebied puur om de komende vijfentwintig jaar bouwwerkzaamheden te garanderen. Dat is immers haar handelswijze. Er wordt een bepaald gebied opgekocht en alles wat er gebouwd moet worden, wordt uitgevoerd door bij VolkerWessels aangesloten ondernemers.” Thijs van Dieren beaamt dat: “Heel bot gezegd was 'werk' inderdaad voor ons de reden om destijds deel te nemen aan de prijsvraag. Het draait bij ons immers om productie. Maar aan de andere kant

krijgen we nu de kans om mee te bouwen aan Eindhoven en kunnen we een belangrijke positie binnen de stad verwerven.”

Toon de Koning weet waarom de gemeente Eindhoven besloot zelf actief te participeren in het project: “De gemeente zit erbij om kwaliteit te garanderen en procedureel alles voor elkaar te krijgen.” Daarnaast wilde de gemeente enige zeggenschap houden over de invulling, legt Henk Scholte uit: “Toen VolkerWessels de prijsvraag won, werd de gemeente zenuwachtig. Of noem het wakker. Want er werd gedacht: ‘Het kan toch niet zo zijn dat de ontwikkeling van 27 hectare grond midden in de stad wordt bepaald door een ontwikkelaar, terwijl de gemeente er alleen via het publieke traject bij betrokken is.’ Een andere reden voor de betrokkenheid van de gemeente, is dat VolkerWessels moeilijk zonder de gemeente kan. Scholte: “Het is niet vreemd dat de partijen het snel eens waren over een samenwerking, want VolkerWessels had de gemeente hard nodig om de juridische voorwaarden te scheppen die vastliggen in het bestemmingsplan.”

Terwijl de gemeente een kwalitatief deugdelijk Strijp-S wil bouwen, is de realisatie daarvan geheel in handen van de bij VolkerWessels aangesloten bedrijven. Maar wat als deze bedrijven hogere honoraria vragen dan hun concurrentie? Scholte: “Met de deelplanontwikkelaars is afgesproken dat alle opdrachten die voor het project Strijp-S worden verstrekt, per definitie als eerste worden aangeboden aan de bij VolkerWessels aangesloten bedrijven. Wij willen echter niet vanwege deze afspraak de hoofdprijs betalen. Dus als de vraag van die bedrijven niet marktconform is, mag er gekeken worden naar andere aanbieders. Maar in de regel komen we er vrijwel altijd uit met de aan VolkerWessels verbonden bedrijven.”

Voor West8 was de uitdaging de grootste drijfveer om haar medewerking aan het project Strijp-S te verlenen, verklaart Robert Schütte: “Het plan Strijp-S heeft behoorlijk wat uitdagingen. De hele stedenbouwkundige structuur is namelijk opgesteld zonder dat er een specifieke opdrachtgever was. Wat als Eindhoven naar ons toe was gestapt met de opdracht: ‘Stel een plan op om op deze plek een zo groot mogelijke woonwijk neer te zetten.’? Ik denk niet dat we die hadden aangenomen. Allereerst zit er veel minder uitdaging in een dergelijk plan. Maar het

zou ook een enorme misser zijn om op deze locatie een hoogbouwwoonwijk te bouwen.”

4.9 Doelstellingen

De projecten die Mommaas (2004, 530) analyseerde waren niet gebaseerd op specifieke culturele doelstellingen. In plaats daarvan waren de meeste het resultaat van een vrije samenkomst van lokale kansen. Ook het project Strijp-S laat zich grotendeels leiden en ontwikkelen door de mogelijkheden die zich aandoen. Toch hebben de geïnterviewde partijen wel degelijk een aantal doelen voor ogen. Deze doelstellingen komen op de meeste vlakken overeen. Als het gebied Strijp-S over vijftien jaar verworpen is tot een woonwijk, zal geen van de betrokken partijen tevreden zijn. “Wanneer kunnen we terugkijken op een geslaagd project?” vraagt Robert Schütte zich af. “Dat is lastig aan te geven, want op welk moment meet je dat? We zouden heel ontevreden zijn als dit een suffe woonwijk wordt, waar alle extra's uiteindelijk niet gerealiseerd zijn. Strijp-S is een stadsdeel dat uiteraard een groot woongedeelte bevat, maar daarnaast ruimte en kansen biedt voor low en high culture en low en high budget. Dat alles moet hier gemakkelijk een plek vinden, zonder dat het elkaar bijt of stoort.”

Thijs van Dieren benadrukt de relevantie van Strijp-S binnen het stadbeleid van Eindhoven: “Strijp-S moet geen ordinaire woonwijk worden, maar juist een bruisend hart met voorzieningen. Er is afgesproken dat Eindhoven zich specialiseert in innovatie, design en technologie. Binnen Eindhoven is weer de afspraak gemaakt dat Strijp-S daarin een belangrijke rol gaat spelen. Met 27 hectare grond op een unieke locatie, vlakbij het centrum en omsloten door rijkswegen, is Strijp-S de ideale plek om de positie van Eindhoven te versterken.” Innovatie, design en technologie, het moeten de kernbegrippen worden van Strijp-S, stelt Henk Scholte: “Bedrijven en winkels die zich willen vestigen, moeten op liefst alle drie de begrippen scoren, maar minimaal op één. Het is niet ons doel om te concurreren met de binnenstad, maar om iets aan de binnenstad toe te voegen.”

Deze ambitie is uitgeschreven in het stedenbouwkundig plan. Toon de Koning: “De doelstelling van alle partijen is de kwaliteit van dit stedenbouwkundig plan te realiseren. Die afspraak is vastgelegd in een samenwerkingsovereenkomst, die door

14 augustus 2009

ons allen wordt bewaakt in een soort 'quality team'. Dat is de 'board of inspiration', waarin we elkaars werk bespreken en corrigeren en brainstormen om tot een kwaliteitskeurmerk te komen." De eerste stappen zijn gezet, maar Strijp-S is nog lang niet daar waar het moet zijn, stelt Van Dieren: "Het is prachtig wat er nu in het Klokgebouw en het Glasgebouw gebeurt, maar het is wat kortzichtig om te stellen dat het project nu al geslaagd is. Ik zie die bedrijvigheid meer als een goede eerste stap. Strijp-S is veel te groot voor alleen die soort kleine initiatieven. Uiteindelijk moet er een groter en breder publiek op af komen."

Rutten (2005, 78) stelt in paragraaf 1.7 dat de Randstad, en in het bijzonder de Noordvleugel, uitstekend gepositioneerd is om nationaal en internationaal een aanzienlijke rol te spelen. Om vervolgens erop te attenderen dat dit voor andere stedelijke regio's in Nederland niet betekent dat men het hoofd in de schoot moet leggen. Door de stakeholders van Strijp-S wordt dit advies ter harte genomen, blijkt uit de woorden van Scholte: "De kenniswerker, die uit alle hoeken van de wereld komt, kiest voor een aantal vestigingskwaliteiten: 'Kies ik voor Eindhoven, voor Stockholm, voor Frankrijk, Italië of Duitsland?'" Ook Sietske Aussems wil een internationaal publiek aantrekken: "Nu pakken we hier het vliegtuig naar Barcelona of Londen, maar die redenering willen we omdraaien. Mensen uit Spanje en Engeland moeten denken: 'We moeten naar Eindhoven, want daar is het te doen.'"

Los van de gemeenschappelijke doelstellingen, noemen verschillende partijen een paar individuele doelstellingen. Zo wil Trudo ervoor zorgen dat het in Eindhoven aanwezige talent in Eindhoven blijft. Aussems: "Onlangs hebben we zeven verschillende doelstellingen opgesteld, waaronder het 'maatschappelijk ondernemen'. Trudo vindt het van belang dat startende ondernemers in Eindhoven terecht kunnen. Met de TU, de Fontys Hogescholen, de ROC en de Design Academie heeft deze stad een behoorlijk rijk bezit aan scholing. Maar wat je ziet is dat iedere afgestudeerde wegtrekt. Dat is niet alleen voor Eindhoven vervelend, maar vooral voor de afgestudeerde studenten zelf. Ze kennen immers de stad, hebben zich er ontwikkeld en een netwerk opgebouwd, maar moeten verkassen omdat ze nergens in Eindhoven goedkope bedrijfsruimte kunnen huren. Die mensen wil Trudo een plek geven en Strijp-S is uitermate geschikt vanwege haar industriële

gebouwen.” Bovendien wil Trudo het aantal bezoekers van haar evenementen verhogen. Aussems: “De evenementen in 2008 telden in totaal 150.000 bezoekers. Dus het begint ergens op te lijken. Uiteindelijk moeten we met dit gebied één miljoen bezoekers per jaar trekken.”

VolkerWessels heeft een persoonlijk belang, weet Van Dieren: “Een van onze doelstellingen is simpelweg ervaring opdoen. Ik ben zelf woonachtig in Zwolle en ik neem de ervaring die ik hier opdoe mee naar mijn woonplaats. Ik spreek er regelmatig met wethouders over wat hier op Strijp-S gebeurt en we kijken of we in Zwolle een soortgelijk concept kunnen toepassen.” Van Dieren denkt dan ook niet tot zijn pensioen op Strijp-S werkzaam te zijn: “Wij hebben het gebied al vijf jaar lang op de kaart gezet, nu mogen de woningcorporaties het stokje overnemen. Als Park Strijp Beheer over vijftien jaar niet meer bestaat, hebben we het erg goed gedaan. Dat betekent namelijk dat we zo succesvol zijn geweest dat we onszelf hebben kunnen opheffen.” Ook Toon de Koning hoopt over vijftien jaar zijn handen van het project te kunnen halen: “Ik hoop mee te maken dat we over vijftien jaar de laatste handeling kunnen verrichten en het project klaar is.”

4.10 Verwachtingen

Het zijn niet de meest gunstige tijden om een miljoenenproject als Strijp-S te realiseren. In de vorige paragraaf zijn een aantal doelstellingen geformuleerd, maar het is niet ondenkbaar dat deze vanwege de economische crisis even de ijskast in moeten, weet Sietske Aussems: “Voor de lange termijn zijn de grote lijnen uitgezet. Er is bepaald hoeveel vierkante meter kantoorruimte er komt, hoeveel woonruimte en hoeveel vierkante meter beschikbaar gemaakt wordt voor leisure. Maar het is lastig om nu al iets te zeggen over hoe zich dat gaat vormen, zeker in deze tijd. Niemand had rekening gehouden met de huidige crisis.”

Hospers en Pen (2008, 264) beweren dat juist in tijden van crisis, confrontaties en chaos, steden hun creatieve karakter tonen. Ze maken de vergelijking met een bergrivier om aan te tonen hoe in tijden van crisis en instabiliteit een stad zijn eigen paden moet kiezen en op een creatieve manier te werk moet gaan. Omdat bedrijven voorlopig de hand op de knip houden, heeft Henk Scholte zijn hoop gevestigd op de

overheid: "Dit plan van aanpak heeft als gunstig gevolg dat we veel subsidie krijgen. Vooral in onze plannen betreffende verlichting, omdat duurzaamheid daarin een belangrijke pijler vormt. Ik merk wel dat je op de top van je ambitie moet zitten. Hoe hoger je inzet, hoe meer subsidie je ontvangt omdat het natuurlijk interessanter is voor Europa qua innovatie. Want de kans is aanwezig dat wij hier op Strijp-S wat uitproberen, wat later in verschillende steden in binnen- en buitenland wordt uitgehold."

Ook Schütte weet dat het geld niet op de gebruikelijke wijze via bedrijven zal binnenkomen. Daarom probeert hij andere partijen te motiveren. Schütte: "De kantorenmarkt ligt op zijn gat. We hebben duizenden vierkante meter kantoorruimte voorzien in dit plangebied, maar we weten dat het er voorlopig niet van zal komen. En misschien wel helemaal niet. Op het moment dat je inzicht krijgt in de markt, ga je al sleutelen en kijk je bijvoorbeeld of een onderwijsinstelling die ruimte kan opvullen."

Toch ligt het niet in de lijn der verwachting dat de plannen op Strijp-S stil komen te liggen, stelt Schütte: "Het valt momenteel financieel allemaal een beetje tegen, waardoor er nog niet veel tempo in dit project zit. Maar dat kan over drie jaar anders zijn. Het kan zomaar gebeuren dat er ineens drie, vier bouwprojecten tegelijk starten. Maar helemaal stil ligt het nu ook niet. In de tussentijd blijft de creatieve klasse een soort onderstroom van kandidaten genereren. Je ziet dat het Klokgebouw constant in transformatie is." Schütte denkt dan ook niet dat de rol van West8 binnenkort uitgespeeld is bij Strijp-S: "Tot wanneer blijft West8 actief bij de realisatie van Strijp-S? Tot de laatste snik en zelfs daarna. Dat is niet formeel vastgelegd, maar in de praktijk is het zo dat het project eigenlijk nooit klaar is."

Ook Trudo kan voorlopig vooruit met haar werkzaamheden, stelt Aussems: "Vanuit Stichting Trudo kan ik zeggen dat we weinig last hebben van de huidige crisis. We hebben een aantal deelprojecten lopen waarmee we nog wel even vooruit kunnen. En de vraag naar goedkope bedrijfsruimte blijft bestaan."

4.11 Agglomeratie

Het uiteindelijke doel is dat Strijp-S een cluster wordt van creativiteit, waarin de centrale begrippen van Eindhoven (innovatie, technologie en design) even sterk

vertegenwoordigd zijn. Thijs van Dieren: “Het liefst willen we bedrijven die aansluiten op alle drie de begrippen. Er moet dan ook een cluster ontstaan wat een mix is van die drie. Pik je er eentje uit en leg je het accent op technologie, dan krijg je een soort tweede High Tech Campus. Dat willen we niet. Focus je je op design, dan blijf je hangen in datgene wat in het Klokgebouw gebeurt; een soort designcampus. En kies je voor innovatie, dan wordt Strijp-S een soort megagroot Natuurkundig Laboratorium. Het is juist de mix die het zo spannend maakt en het ene is noodzakelijk om het ander tot een succes te maken.” Toch ziet Toon de Koning de High Tech Campus als voorbeeld voor Strijp-S, in het bijzonder qua structuur: “Daar zitten verschillende gebruikers in een open structuur in moderne gebouwen, afwisselend met een knipoog naar de historie. Clustervorming is voor Spoorzone een belangrijker pijler.”

Sietske Aussems heeft de eerste tekenen van agglomeratie al waargenomen: “Je ziet aan het Klokgebouw hoe snel het kan gaan. We hebben hier na twee jaar bijna honderd huurders en we gaan nu weer twee extra verdiepingen opleveren. We hebben nog een heel lange weg te gaan, maar de eerste stap is gezet. De eerste vormen van een creatief cluster zijn zichtbaar. De pioniers hebben de weg naar Strijp-S gevonden.” Henk Scholte verwacht dat veel pioniers geen definitieve gebruikers van Strijp-S zullen zijn: “Uiteindelijk trekken de early adopters weer weg, want naarmate de ontwikkeling van het terrein definitief wordt, verliest het de kenmerken van de oude, industriële, ruwe en een beetje chaotische omgeving. Maar zij hebben het gebied dan al tot leven gebracht en tal van andere groepen mensen en bedrijven aangetrokken.” Toch hoopt Scholte de kleine ondernemers die nu in het Klokgebouw zitten, te behouden voor Strijp-S: “We zien de trend dat men elkaar wil beïnvloeden en van elkaar wil horen om dwarsverbanden te kunnen leggen. Wat wij aanbieden is een laagdrempelige broedplaats, waarbij we hopen op uitbreiding en definitieve vestiging. Dank denk ik bijvoorbeeld aan een klein bedrijfje dat zetelt in het Klokgebouw. Als dat na drie of vier jaar beklijft, kan het bedrijf op een ander niveau gaan werken en een definitieve plek innemen, elders op Strijp-S. Zo wordt hun ruimte in het Klokgebouw weer ingenomen door een nieuw innovatief bedrijf. Die cyclus is kenmerkend voor het concept van Strijp-S en is structureel voor de gebiedsontwikkeling.”

Volgens Florida (2003, 26) mogen horeca en culturele instellingen niet ontbreken in een creatief cluster. De creatieve klasse kenmerkt zich namelijk door een groot uitgavenpatroon aan bijvoorbeeld horecagelegenheden en theaters. Thijs van Dieren wil horecagelegenheden laten samenvloeien met creatieve initiatieven. "Denk daarbij aan een concept waarbij mensen een hapje eten, terwijl ze op een stoel zitten die door een kunstenaar gemaakt is en te koop staat. Er hangt een prijskaartje aan, zodat de stoel direct na de maaltijd meegenomen kan worden. Op die manier proberen we een plek te creëren waar ondernemers, kunstenaars en bedrijven elkaar kunnen ontmoeten."

Deze overschrijding van sectorale grenzen kan ook doorgetrokken worden door onderwijsinstellingen te huisvesten, stelt Koekebakker (2005, 234). Volgens hem kan dat voor alle partijen profijt opleveren. Henk Scholte wil dan ook graag een aantal scholen op het terrein Strijp-S onderbrengen: "We zijn bezig met de Eindhovense School en het Lucas College, twee onderwijsinstellingen op het terrein van creatieve beroepen. Die willen een topinstituut opzetten en willen graag naar Strijp-S komen. Zij voelen blijkbaar met hun haarvaten: 'Dit is de omgeving waar wij met ons concept het best gedijen.' En dat klopt. Eén van de leerrichtingen is bijvoorbeeld theaterproductie. Welnu, binnenkort is hier in de directe nabijheid de Plaza Futura, waarmee een strategische alliantie kan worden aangegaan."

4.12 Navraag bij gebruikers

Uit bovenstaande resultaten kan opgemaakt worden dat de stakeholders van Strijp-S het juiste beleid voeren en de faciliteiten en voorwaarden scheppen, die voor de creatieve klasse interessant zijn. Het Glasgebouw en het Klokgebouw zijn immers gevuld met kleine creatieve ondernemers en steeds meer bedrijven, ondernemers en initiatieven bieden zich aan voor bedrijfsruimte op Strijp-S. Bovendien zijn veel van de aanbevelingen en visies van theoretici terug te zien in de herontwikkeling van het project. Maar kan de conclusie worden getrokken dat al deze partijen naar Strijp-S komen vanwege de goede faciliteiten, de sfeer en de mogelijkheid om deel uit te maken van een creatief cluster? Of is het hen gewoon te doen om de goedkope vierkante meters? Aan drie ondernemers werd gevraagd wat hun motivatie was om zich op Strijp-S te vestigen, hoe zij de sfeer ervaren en of zij de ambitie hebben zich definitief (elders) op Strijp-S te vestigen.

Pepijn Herman legt uit waarom ingenieursbureau Metatronics zich in 2005 op Strijp-S vestigde: “We vonden vooral de locatie erg prettig, dicht bij het station en het centrum. Bovendien vonden we het interessant dat dit een oud Philips-terrein is dat volop in herontwikkeling is. Dat zorgt ook voor een bepaalde uitstraling. Belangrijkste reden om ons hier te vestigen waren echter de lage kosten.” De aanwezigheid van andere creatieve bedrijven vormde voor Metatronics geen argument, verklaart Herman: “We waren het tweede bedrijf dat het Klokgebouw betrok, dus er was nog geen sprake van een creatief cluster of iets dergelijks.”

Thijs van Traa Concept & Creatie zit vanaf de start van het bedrijf, drie jaar geleden, in het Klokgebouw. Thijs van Traa: “Destijds waren de prijs en de vrijheid de belangrijkste redenen om me op Strijp-S te vestigen. Je betaalde veel minder dan op andere industrieterreinen en bovendien waren er weinig vergelijkbare bedrijfsruimten aanwezig in Eindhoven. De inspirerende omgeving op Strijp-S was een leuk extraatje, maar geen doorslaggevende factor.”

Anne Klein Bloesem van het interieurontwerpersduo Baas_Kleinbloesem koos in januari van dit jaar om de volgende reden voor Strijp-S: “Mooie locatie, mooie ruimtes. Daarmee bedoel ik deels de ligging, maar vooral het markante gebouw sprak me aan. Bovendien was het een goedkope ruimte en zaten er weinig regeltjes aan het contract vast. De aanwezigheid van andere creatieve bedrijven was vooral leuk, maar zag ik niet als noodzaak.”

De sfeer die er op Strijp-S en in het Klokgebouw hangt, is kenmerkend voor het gebied, vindt Herman: “Vooral het feit dat er verschillende horeca op het terrein zitten, is typisch Strijp-S. Dat zie je op andere industriegebieden niet.” Van Traa illustreert de sfeer op Strijp-S als volgt: “Het is een combinatie van de uitstraling van vroeger met de bedrijvigheid van nu.”

Tot nog toe zijn er weinig sporen van creatieve clustering tussen Metatronics en andere bedrijven in het Klokgebouw. Herman: “We maken wel eens een praatje met de naburige bedrijven, maar het is niet zo dat we samenwerken. Echt zakelijke contacten hebben we hier niet opgedaan.” Ook Van Traa doet geen inspiratie op door de bedrijvigheid om hem heen. “Ik heb wel wat contact met de andere ondernemers hier, maar dat is vooral informeel.”

14 augustus 2009

Bij Baas_Kleinbloesem is het omgekeerde het geval, stelt Klein Bloesem: “We hebben redelijk wat contacten binnen het Klokgebouw, vooral zakelijk. Maar echte samenwerkingsverbanden rollen daar niet uit.”

Mocht Metatronics uit haar jasje groeien, dan wil het een andere locatie op Strijp-S betrekken. “We zijn zelfs al een beetje aan het rondkijken,” verklaart Herman. “We groeien momenteel sterk en willen misschien verhuizen naar het SBX-gebouw. Op termijn willen we het liefst een hele verdieping. Het liefst op Strijp-S. Maar als dat niet kan, verleggen we onze aandacht naar een andere locatie.”

Hoewel Thijs van Traa al drie jaar in het Klokgebouw zit, schuift hij niet door naar een grotere bedrijfsruimte elders op Strijp-S. Van Traa: “Sterker nog, ik ga verhuizen naar een ruimte buiten Strijp-S. Dat is naast een bedrijf waar ik veel mee samenwerk, dus dat is qua ligging gunstiger. Op zich is Strijp-S een perfecte locatie. Het grote nadeel vind ik echter dat het nu nog een grote bouwput is. Als ik 's avonds het raam open laat staan, ligt de volgende ochtend mijn bureau onder het stof. Dat soort dingen gaan op een gegeven moment best irriteren. Maar goed, dat is een tijdelijk manco. Ik sluit niet uit dat ik over vijf of tien jaar weer terugkeer naar Strijp-S.”

Het bedrijf Baas_Kleinbloesem denkt niet meer van Strijp-S weg te gaan. Klein Bloesem: “Het is ons doel om op dit terrein door te groeien. Dus als we te groot zijn voor de ruimte waar we nu zitten, dan gaan we kijken waar op Strijp-S plaats is voor ons. Zeker als dat binnen een paar jaar al gebeurt.”

Hoofdstuk 5: Discussie en Conclusie

5.1 Inleiding

In het hoofdstuk 'Interviewresultaten' staan de uitspraken van de geïnterviewde stakeholders per deelonderwerp uitgeschreven. In dit hoofdstuk worden de meest opmerkelijke uitkomsten van de interviews tegen het licht gehouden, aan de hand van het in hoofdstuk 1 opgestelde theoretische kader. Daarnaast wordt antwoord gezocht op de onderzoeksvraag. Dit hoofdstuk sluit af met een conclusie en een aantal suggesties voor vervolgonderzoek.

Tijdens de interviews werd gevraagd of de visie en de werkwijze van de stakeholders gestoeld was op de opvattingen van bepaalde theoretici als Richard Florida, Jane Jacobs of Charles Landry. Sietske Aussems (Trudo) antwoordde: "Onze handelswijze sluit aan op de visie van Richard Florida. Hij stelt bijvoorbeeld dat de aanwezigheid van homo's kenmerkend is voor de creatieve sfeer binnen een gebied. Wij denken met het binnenhalen van de skatehal en de klimhal ook bepaalde groepen aan te trekken die sfeerbepalend zijn voor Strijp-S. De skaters zijn over het algemeen wat lager opgeleid dan de klimmers, maar beide groepen organiseren feestjes en evenementjes op het terrein. Via Popei, een popinstituut, wordt de rockscene naar Strijp-S getrokken. We zetten bewust in op die categorieën mensen van wie we denken dat ze wat toevoegen aan dit gebied." Aussems heeft echter niet helemaal begrepen wat Florida bedoelt met de Gay Index. Hij zegt niet dat je zo veel mogelijk homo's moet binnenhalen, net zoals je niet zoveel mogelijk skaters of klimmers moet werven. Florida stelt ook niet dat homofielen (of skaters en klimmers) een bepaalde mate van creativiteit en innovatie garanderen. Hij noemt het percentage homofielen juist als indicatie om de tolerantie in een stad te meten. En hoe hoger de tolerantiegraad in een stad, hoe beter creativiteit er gedijt.

Ook Thijs van Dieren en Robert Schütte hebben zich verdiept in de visies van Florida, Jacobs en Landry. Zij hebben het voor kennisgeving aangenomen, want ze stellen dat het goed is die kennis mee te nemen, omdat deze is opgedaan tijdens soortgelijke projecten. Echter, in de praktijk biedt het volgens Van Dieren geen houvast. Van Dieren: "Uiteindelijk blijft het papier, het is iets wat tussen de oren van

de mensen zit. Wat we hier op Strijp-S zien, is dat het niet eens heel bewust, nauwelijks gestuurd en vrij spontaan ook écht gebeurt.”

5.2 Discussie

Opvallend bij de totstandkoming van het PPS-verband tussen VolkerWessels en de gemeente Eindhoven, is de doordachte handelswijze van de gemeente. De gemeente wist immers wat voor grootschalig project er op handen was en wilde zelf graag participeren. Toch stapte ze pas in nadat VolkerWessels de prijsvraag had gewonnen en eigenaar was van het gebied Strijp-S. Waarom? Omdat vanuit VolkerWessels de samenwerking met de gemeente noodzakelijk was, omdat het financieel aantrekkelijk was als de gemeente de grond overnam van Philips en doorverkocht aan VolkerWessels. Bovendien geeft Koekebakker (2005, 227) al aan dat de herontwikkeling van een oud industrieel gebied als Strijp-S onmogelijk realiseerbaar is zonder medewerking van de gemeente. De gemeente gaat immers over ‘randvoorwaarden als bestemmingsplannen en andere regelgeving, bodemsanering en communicatie met de omgeving’. VolkerWessels had de gemeente nodig om deze juridische voorwaarden te scheppen, die de uitvoering van het plan Strijp-S mogelijk maken. Vanuit de gemeente was het onderhandelingstechnisch en strategisch gezien een slimme keuze om pas in te stappen nadat VolkerWessels de prijsvraag had gewonnen, omdat ze wist dat VolkerWessels moeilijk kon bouwen zonder de hulp van de gemeente.

Mommaas (2004, 509) en Koekebakker (2005, 228) constateren een ontwikkeling waarin private bedrijven zich steeds vaker mengen in het herontwikkelingsproces van terreinen als Strijp-S. Koekebakker benadrukt de verschillende belangen van publieke en private stakeholders. Volgens hem gebruiken gemeenten vaak hun positie om voorwaarden te stellen over het prijsniveau. Een private onderneming heeft vaak de neiging projecten ‘zo hoog mogelijk in de markt’ te plaatsen, terwijl een gemeente ook kleine, minder daadkrachtige creatieve bedrijfjes een kans wil geven. Ook voor de gemeente Eindhoven was het van levensbelang dat ze kon participeren in het project Strijp-S. Het kon namelijk niet zo zijn dat er in de stad 27 hectare grond herontwikkeld werd, zonder dat de gemeente daar invloed op uit kon oefenen. Toch blijkt uit de interviews dat niet alle private ondernemingen inzetten op

kapitaalkrachtige afnemers. Stichting Trudo richt zich met het Klokgebouw op kleine ondernemers, zonder dat dit opgelegd is door de gemeente. Ook in het Glasgebouw is VolkerWessels bezig met het onderbrengen van kleine zelfstandigen. Duidelijk is dat beide partijen, VolkerWessels en de gemeente, het project Strijp-S niet kunnen realiseren zonder elkaars medewerking.

De belangen, die alle stakeholders hebben bij de realisatie van Strijp-S, lopen dus uiteen. Waarom VolkerWessels in dit project gestapt is, is duidelijk. Strijp-S garandeert een jarenlange bouwgarantie voor de bij het bouwconcern aangesloten bedrijven. Het grootste belang van de gemeente is echter dat er een kwalitatief sterke wijk wordt gebouwd, wat het nieuwe creatieve centrum van Eindhoven moet worden. Zowel op sociaal, als economisch, als cultureel vlak. Mommaas (2004, 509) vraagt zich af of hybride publiekprivate organisaties tegenwoordig het beleid van een project als Strijp-S bepalen. En of de soms tegenstrijdige belangen van publieke en private partijen samengaan. Om voor Strijp-S te spreken: Deze belangen kunnen in de toekomst weleens botsen. Want wat als een bij VolkerWessels aangesloten bouwbedrijf niet voldoet aan de eisen van de gemeente? Wordt er dan een extern bedrijf ingezet en loopt VolkerWessels werk en inkomsten mis? Of moet de gemeente genoeg nemen met minder kwaliteit?

Hitters en Richards (2002, 245) geven de waarschuwing af dat gemeenten de creatieve klasse niet te strikt en te kunstmatig moeten willen aantrekken. Innovatie en creativiteit botsen namelijk met drastische overheidsinterventie of een dominante managementstrategie. Ook Hospers en Pen (2008, 263) weten dat creativiteit slechts deels te reguleren valt en voor een groot deel wordt beïnvloed door toeval en onverwachte omstandigheden. Uit het onderzoek van Mommaas (2004, 530) kwam naar voren dat de door hem geanalyseerde projecten niet het resultaat waren van gestructureerde ontwikkelingsmodellen, maar van een vrije samenkomst van lokale kansen. De stakeholders hebben de invulling van het project Strijp-S dan ook grotendeels opengelaten. Geïnteresseerde bedrijven worden uitgenodigd om met de planontwikkelaars gesprekken aan te gaan over wat zij willen, hoe dat tot stand moet komen en aan welke eisen de locatie moet voldoen. Vervolgens zoekt men op Strijp-S naar de beste locatie en komt in overleg tot een concrete uitwerking. Oftewel, de afnemer bepaalt. Dit lijkt, afgaande op de uitspraken van Verhagen, Hospers en Pen en Mommaas, de juiste werkwijze. Echter, de creatieve industrie wordt gekenmerkt

door haar vluchtigheid. Sinds de verschuiving van een industrie- naar een kennismaatschappij, zitten bedrijven niet vast aan een vaste locatie. (Pratt 2008,3). Je loopt als bestuur van Strijp-S dus het risico dat je een locatie helemaal inricht naar de wensen van één specifieke afnemer, terwijl deze een jaar later alweer gevlogen kan zijn.

Naar afnemers zijn de verschillende stakeholders duchtig op zoek en er wordt voornamelijk gezocht naar de creatieve klasse. De meningen verschillen over wat de beste manier is om deze creatieve klasse aan je te binden. Stichting Trudo probeert in het Klokgebouw zo veel mogelijk faciliteiten te bieden die het optimale werkklimaat moeten creëren. Van een Kamer van Koophandel tot een jurist en van een Rabobank tot een accountant. Dit is te scharen onder het derde veld in de vijf door Mommaas (2004, 517) opgestelde velden, waarin de creatief-stedelijke politiek opereert. Het beleid van Trudo is er namelijk op gericht dat innovatie en creativiteit zoveel mogelijk gestimuleerd worden en tot wasdom kunnen komen.

De andere partijen zijn vooral bezig met het werven van potentiële afnemers, van kleine zelfstandigen tot onderwijsinstellingen tot horecagelegenheden. Daarbij staat het toekomstplaatje centraal en wordt de potentiële afnemer voorgehouden hoe mooi het allemaal gaat worden op Strijp-S. Dit valt in Mommaas' eerste veld, omdat men hiermee de identiteit van Strijp-S wil versterken en de aantrekkingskracht en marktpositie van het gebied wil vergroten. (Mommaas 2004, 517).

Waarover de stakeholders het over eens zijn, is dat de creatieve klasse vooral afkomt op goedkope bedrijfsruimten. Zowel in het Klokgebouw als in het Glasgebouw wordt een laagdrempelig beleid gevoerd waarbij huurders minder per vierkante meter betalen dan op andere Eindhovense bedrijfsterreinen. Ook dit beleid valt binnen het eerste veld van Mommaas, omdat het erop gericht is de positie tegenover de concurrentie te versterken. (Mommaas 2004, 517). Koekebakker (2005, 226) stelt dat de creatieve economie zich afspeelt in verschillende gedaanten en verbanden. Dus ook de aangeboden huisvesting op een terrein als Strijp-S moet veelzijdig zijn, van broedplaatsen en goedkope en gemakkelijk bereikbare bedrijfsruimte voor starters tot meer prestigieuze onderkomens en grotere bedrijfspanden. Toch is dat tot op heden nog niet het geval. De stakeholders van Strijp-S faciliteren eerst de kleine ondernemers en hebben momenteel dus een groot aanbod aan goedkope kleinere

bedrijfsruimtes. De grote prestigieuze bedrijfspanden worden, mede vanwege de huidige financiële crisis, pas gebouwd wanneer daar een concrete afnemer voor is. Een grote speler in het creatieve veld, die zich op Strijp-S wil vestigen, krijgt dus te maken met voor- en nadelen. Voordeel is dat hij zijn eigen locatie binnen het gebied kan bepalen en de locatie precies zo in kan vullen als hij wil. Nadeel is dat er pas met de (her)bouw gestart kan worden wanneer hij zijn handtekening gezet heeft, en hij dus niet direct zijn nieuwe onderkomen kan betrekken.

Opvallend is dat Spoorzone als enige partij er niet op gebrand is de creatieve klasse aan te trekken. Toon de Koning benadrukt dat niet de creatieve klasse een sleutelrol speelt, maar het begrip 'leefbaarheid': "Wij richten ons als Spoorzone op het versterken van de leefbaarheid, om bewoners een reden te geven Strijp-S te verkiezen boven andere plekken in of buiten Eindhoven." Hoewel De Koning zegt dat Spoorzone zijn pijlen niet richt op de creatieve klasse, sluit bovenstaande uitspraak wel aan op de visie van Florida. Florida stelt namelijk dat de creatieve klasse niet kijkt naar het ondernemingsklimaat, maar naar het leefklimaat. Kloosterman vult aan: "Niet meer de bereikbaarheid of het niveau van de lokale belastingen bepaalt het economisch succes, maar een aantrekkelijk leefklimaat voor de creatieve klasse. Tolerantie, diversiteit van bevolking, uitgaanscultuur en straatleven, fietspaden en mooie hardloopparkoersen doen er dan toe, want hier komt de creatieve klasse op af." (Kloosterman 2005, 57). Zogezegd verschilt de visie van De Koning niet echt van de anderen. Hij is niet zozeer gefocust op het binnenhalen van de specifieke categorie 'de creatieve klasse', maar creëert wel de omgeving waar de creatieve klasse zich door aangetrokken voelt.

Wie puur kijkt naar de huidige bedrijvigheid op Strijp-S, waar het Klokgebouw en het Glasgebouw vol zitten met kleine creatievelingen maar de rest van het terrein grotendeels braak ligt of leeg staat, denkt dat de waarschuwing van Koekebakker hier op gaat. Hij zegt immers: "Gemeenten staren zich nogal eens blind op de beperkte groep bedrijven die worden gerekend tot de zogeheten 'creative industries'. Men denkt dat het erom gaat zo veel mogelijk kunstenaars, mediabedrijven en ontwerpbureaus binnen de stadsgrenzen te halen." (Koekebakker 2005, 225). De stakeholders benadrukken echter de functie van deze creatieve pioniers: ze moeten een sfeertje creëren op Strijp-S die andere categorieën bewoners en gebruikers

aantrekt. Over de rol van deze creatieve pioniers op de lange termijn verschillen de meningen. De meeste stakeholders hopen de pioniers binnen het gebied te houden, via het aanbieden van doorschuifmogelijkheden naar grotere bedrijfsruimten op Strijp-S. Henk Scholte vermoedt dat de early adopters uiteindelijk wegtrekken, omdat het terrein langzaamaan de kenmerken van de oude, ruwe en een beetje chaotische omgeving verliest. Scholte noemt dit het DNA van het oude Philips-terrein. Dit hoeft echter niet volledig te verdwijnen, stelt Mommaas (2004, 524). Het vierde veld dat hij noemt, bestaat uit het vinden van nieuwe bestemmingen voor oude gebouwen en verlaten locaties, hetgeen ook gebeurt op Strijp-S. Volgens Mommaas is het echter juist de link naar het verleden, die de gebouwen zo aantrekkelijk maakt. Renoveren van de oude Philips-gebouwen is dus een goede zaak, maar de beleidsbepalers doen er goed aan om manieren te bedenken waarbij het DNA van het gebied niet verdwijnt. Bijvoorbeeld door de monumentale panden te (blijven) reserveren voor kleine ondernemers, die geen moeite hebben zich te huisvesten in de ruwe, kale ruimtes.

Hitters en Richards (2002, 237) bemerkten de laatste jaren een ontwikkeling waarin beleidsbepalers van creatieve clusters steeds vaker evenementen en festivals organiseren, om de culturele activiteiten in steden te ondersteunen en culturele clusters te ontwikkelen. Waar de andere stakeholders van Strijp-S het 'sfeer maken' vooral overlaten aan de creatieve pioniers, probeert Trudo alvast zo veel mogelijk mensen kennis te laten maken met Strijp-S. Het is niet alledaags dat een woningcorporatie evenementen en feesten organiseert, maar Trudo hoopt dat Strijp-S hiermee afkomt van het imago van 'verboden stad'. Een logische gedachte, aangezien Trudo de woningen die ze bouwt wel moet kunnen afzetten. Aussems verklaart niet voor niets: "We hopen dat mensen denken: 'Het bevalt me goed hier, ik ga eens op zoek naar een woonruimte op Strijp-S.'"

Strijp-S moet een mengeling worden van wonen, werken en recreëren. Toch is de herontwikkeling vooral gericht op het leefklimaat en minder op het ondernemingsklimaat. Florida (2005, 4) gaf al aan dat creativiteit zich niet langer beperkt tot de werkvloer. Het veroorzaakt verregaande veranderingen in de manier waarop we werken, leven, onze vrije tijd indelen, relaties aangaan en identiteiten die

14 augustus 2009

we opbouwen. (Florida 2005, 25). Henk Scholte wil inspelen op deze vervaging tussen wonen, recreëren en werken. Het begrip 'quality of life' wordt vaak genoemd, waarmee bedoeld wordt dat wonen, werken en recreëren met elkaar verweven zijn. Er wordt dus een klimaat nagestreefd waarin al deze activiteiten gedijen. Uit het onderzoek van Alice uit 2003 blijkt inderdaad dat veel creatieve ondernemers destijds vanuit huis werkten. Factoren als nabijheid van leveranciers, afnemers en aanverwante organisaties speelden nauwelijks een rol. Als oorzaak werd genoemd de schaarste aan betaalbare werkruimte in Eindhoven. We kunnen dus stellen dat het Klokgebouw en het Glasgebouw in een behoefte voorzien. Uit de interviews blijkt dat er nog altijd diverse aanvragen voor goedkope bedrijfsruimte binnenkomen en er nog steeds uitgebreid wordt.

Van Aalst (2005, 3) stelt dat de creatieve klasse een hedonistische levensstijl heeft en veel waarde hecht aan specifieke stedelijke voorzieningen en functies zoals restaurants, musea, theaters en festivals. Koekebakker (2005, 228) noemt het publieke domein van de stad, wat borg staat voor ontmoetingen en diversiteit, de belangrijkste vestigingsfactor voor de creatieve klasse. De drie ondernemers die zich gevestigd hebben in het Klokgebouw, werd gevraagd of zij inderdaad voor Strijp-S gekozen hebben vanwege de sfeer van openheid en diversiteit. Zij onderkennen dat op Strijp-S een kenmerkende sfeer hangt, maar dat die vooral gekenmerkt wordt door het DNA van Philips, dat nog goed zicht- en voelbaar is. De factoren die Koekebakker en Van Aalst noemen, komen in de antwoorden van de geïnterviewde ondernemers niet terug. De lage huurprijs voor bedrijfsruimten blijkt de meest voorname motivatie om zich te vestigen in het Klokgebouw.

Eindhoven hoeft niet helemaal onderaan de ladder op te stappen, als het gaat om de aanwezigheid van creativiteit en innovatie. Dat heeft de stad in het bijzonder te danken aan de hightech-industrie. (Saris en Brouwer 2005, 123). Strijp-S moet de positie van Eindhoven als 'creatieve stad' verder vergroten. Als Strijp-S over tien à vijftien jaar een woonwijk is, heeft het al zijn doelen gemist. Drie begrippen staan centraal in de herontwikkeling van het project: innovatie, technologie en design. Bedrijven die zich vestigen, moeten aan liefst alle drie kwalificaties voldoen, bewoners en bezoekers moeten zich erdoor aangetrokken voelen. Een veelgehoorde uitspraak is: 'Het moet net effe anders.' Daarbij wordt ingezet op

een alternatiever marktsegment dan je bijvoorbeeld in het stadscentrum ziet. Wanneer je over vijftien jaar bij het flaneren over de Torenallee een H&M, een Zara en een Kruidvat aantreft, zijn de doelstellingen niet behaald. Rutten (2005, 78) stelt dat de Randstad op het creatieve vlak een stuk verder is dan de rest van Nederland. Toch kan een stad als Eindhoven volgens Rutten wel degelijk een rol spelen in de creatieve industrie, nationaal én internationaal. De stakeholders van Strijp-S hebben dan ook de ambitie dat het een internationaal karakter krijgt. Vanuit Londen, Barcelona en Parijs moet men het vliegtuig pakken naar Eindhoven voor een bezoek aan Strijp-S.

Tot zover de gezamenlijke doelstellingen. Een aantal stakeholders formuleert een paar specifieke aandachtspunten met het oog op de toekomst. Trudo vindt dat jong talent betere startkansen moet krijgen in Eindhoven. Momenteel trekken volgens Sietske Aussems veel afgestudeerden weg, wat vervelend is voor zowel de stad Eindhoven als henzelf. Deze mensen, die de stad kennen, zich er ontwikkeld hebben en een netwerk hebben opgebouwd, moeten op Strijp-S terechtkunnen. Het is opvallend dat Aussems de enige stakeholder is die het accent legt op het behouden van het van de scholen afkomstige talent. Het is namelijk, samen met 'technologie' en 'tolerantie', een van de karakteristieken van een geschikt milieu voor de creatieve klasse. (Florida 2002, 249). Het beleid van Trudo is dus ondermeer gericht op het behoud van 'talent', terwijl de andere partijen zich voornamelijk focussen op de pijler 'technologie'. Dit is met de Hightech-campus al aanwezig in Eindhoven en het doel van Strijp-S is een cluster te vormen van design, technologie en innovatie. De karakteristiek 'tolerantie' wordt in de interviews nauwelijks genoemd. Men hoopt op lange termijn weliswaar een diversiteit aan mensen in het gebied te zien, maar het wordt niet duidelijk wat er wordt ondernomen om openheid naar nieuwkomers, rassen en leefstijlen te bewerkstelligen.

Voor VolkerWessels en Thijs van Dieren is ervaring opdoen een belangrijke doelstelling. De ervaring die bij het project Strijp-S opgedaan wordt, kan gebruikt worden bij soortgelijke projecten in andere steden. Zo kijkt Zwolle over de schouder van Van Dieren mee, omdat men daar eenzelfde herontwikkeling voor ogen heeft. Toon de Koning en Thijs van Dieren spreken de ambitie uit binnen vijftien jaar hun handen af te kunnen trekken van het project Strijp-S. Ze hebben dus een einddatum

voor ogen en stellen dat dit een eindig project is. Dit in tegenstelling tot Robert Schütte, die vindt dat Strijp-S een eindeloos cyclus van herontwikkeling is. Volgens hem lopen projecten als deze nooit af en zal West8 'tot de laatste snik en zelfs daarna' betrokken blijven.

Strijp-S moet een creatief cluster worden. Het doel is een centrum waar internationaal talent op het gebied van innovatie, technologie en design elkaar ontmoet, inspiratie opdoet en samen tot nieuwe vondsten komt. Uit het onderzoek van Hitters en Richards (2002, 245) blijkt dat in Rotterdam en Amsterdam vooral de informele sfeer in creatieve clusters een sterke aantrekkingskracht heeft. Daarnaast zien producenten uit die steden het voordeel dat clustervorming een groter publiek aantrekt. Er is in Rotterdam en Amsterdam echter geen sprake van nieuwe samenwerkingsvormen tussen ondernemers, kunstenaars of bedrijven, zo luidt de uitkomst van Hitters en Richards' onderzoek. Ook in Strijp-S is dit ideaal in de realiteit slechts deels terug te zien. Het Klokgebouw heeft momenteel ruim honderd huurders. Er zitten inderdaad creatieve ondernemers lijfelijk bij elkaar in hetzelfde gebouw, maar de contacten beperken zich tot informele gesprekjes. Uit de gesprekken met de drie ondernemers blijkt dat men weliswaar bij elkaar zit in een prettige omgeving, maar dat het nauwelijks leidt tot nieuwe ideeën, inspiratie of samenwerkingsverbanden tussen ondernemers. Opmerkelijk, aangezien het onderzoek van Alice (2003, 43) duidelijk maakt dat er in 2003 bij met name kleine Eindhovense ondernemers behoefte was aan contacten met andere ondernemingen, voornamelijk om informatie en ideeën uit te wisselen. De stakeholders hopen een dergelijke ontwikkeling te bewerkstelligen, maar uit de interviews met de drie ondernemers blijkt dat dit (nog) niet het geval is. Daarentegen komt uit het onderzoek van Alice (2003, 43) naar voren dat operationele zaken als huisvesting op een gezamenlijke locatie en het delen van middelen en voorzieningen in 2003 minder belangrijk geacht werden. Dat is nu juist datgene wat in het Klokgebouw en het Glasgebouw in de praktijk gebracht wordt. En waar de creatieve klasse in Eindhoven, getuige de hoeveelheid aanmeldingen, blijkbaar wel degelijk behoefte aan heeft. Daarnaast wordt de combinatie van bedrijvigheid en horeca op één locatie geroemd. De ondernemers geven dan ook aan dat, wanneer zij een andere, grotere bedrijfsruimte nodig hebben, Strijp-S hun voorkeur heeft.

Geconcludeerd kan worden dat er deels sprake is van een positief agglomeratie-

effect. Creatieve ondernemers ervaren het inderdaad als prettig om op dezelfde locatie te zitten. Hun motivatie is echter niet het opdoen van inspiratie of het samenwerken met andere ondernemers, maar het zijn de sfeer en de 'informele gesprekje op de gang' die het Klokgebouw een prettige omgeving maken. De vraag die blijft hangen is: waarom zouden bedrijven kiezen voor Strijp-S? Meer redenen dan 'de gezelligheid, de sfeer en de ligging' zijn er niet te noemen. Kleine creatieve ondernemers kunnen weliswaar voor lage huurkosten een ruimte huren, maar voor grote bedrijven zal die vlieger niet opgaan. In de huidige economische crisis komen steeds meer gebouwen en terreinen in de regio Eindhoven leeg te staan. Het is interessant om te kijken of Strijp-S zich kan onderscheiden en kan wedijveren met deze goedkopere alternatieven.

5.3 Positionering Strijp-S

In het eerste hoofdstuk zijn door een aantal theoretici kenmerken en strategieën van creatieve projecten omschreven. In deze paragraaf worden deze karakteristieken aangehaald om Strijp-S te positioneren en de status van het project te bepalen. Hierbij moet vooraf de kanttekening geplaatst worden dat Strijp-S zich nog in de startfase bevindt. Dat betekent dat een groot deel van de ontwikkeling van het project nog onbekend is en waarden die nu gelden, niet definitief hoeven te zijn.

Aan de hand van de zeven kerndimensies, opgesteld door Mommaas (2004, 514), kan er een 'cultural cluster classification' worden geformuleerd die van toepassing is op Strijp-S.

Mommaas spreekt over de 'horizontale portfolio' van activiteiten en de mate van 'intracluster' samenwerking. Op Strijp-S speelt deze 'intracluster' samenwerking een belangrijke economische, culturele en sociale rol in een grotere structuur. Thijs van Dieren noemt het voorbeeld van het meubilair in het restaurant, wat ontworpen is door een kunstenaar en wat na de maaltijd direct kan worden verkocht.

Daarnaast is er sprake van een 'verticale portfolio', die reikt van monofunctionele tot multifunctionele clusters. Van het huidige Strijp-S kan worden gezegd dat het te scharen is onder de noemer 'multifunctionele clusters'. Er zitten namelijk verschillende takken van sport naast elkaar in het Klokgebouw, waar consumptie (bijvoorbeeld restaurants), presentatie (expositieruimtes) en productie

(bedrijfsruimtes) gemengd gehuisvest zijn.

Het project Strijp-S wordt geleid door een sterk centraal managementteam, namelijk Park Strijp Beheer. Hierin zetelt zowel een private (VolkerWessels) als een publieke (gemeente Eindhoven) stakeholder. Park Strijp Beheer houdt zich niet bezig met de exacte invulling van het project, maar probeert de perfect mogelijke omstandigheden te creëren waarin de creatieve klasse kan gedijen.

Het financiële stelsel: Strijp-S wordt deels mogelijk gemaakt door overheidsgelden, getuige de subsidie die het krijgt voor bijvoorbeeld het duurzame lichtplan. Toch is Strijp-S, zoals veel andere creatieve clusterprojecten, geconstrueerd naar een hybride publiekprivaat model. Hierin zijn VolkerWessels en de gemeente Eindhoven beide voor 50% risicodragend.

Mommaas stelt dat clusters niet te open, maar ook niet te gesloten moeten zijn. Van Strijp-S kan in ieder geval gezegd worden dat het geen gesloten project is, omdat er een hele soepele regelgeving is met nauwelijks verplichtingen. Of het project te open is en organisaties zich op den duur niet verantwoordelijk voelen, is lastig te zeggen. Op dit moment voelen alle betrokken partijen zich juist erg verantwoordelijk, omdat het project nog in de kinderschoenen staat. Of dit over pakweg tien jaar nog het geval is, moet de toekomst uitwijzen.

Strijp-S heeft geen zonneklare topdown- of bottom-up-strategie. Er zit weliswaar een centraal managementteam, maar deze laten zich in beperkte mate in met de invulling van de deelprojecten. Toch is er ook geen sprake van een bottom-up beweging, omdat Strijp-S niet ontstaat vanuit een zelfstandige samenkomst van tactieken. Overleg tussen het centrale orgaan Park Strijp Beheer, de planontwikkelaar en de afnemer moet ervoor zorgen dat de locatie voor die specifieke afnemer naar ieders tevredenheid wordt ingevuld.

De ligging van Strijp-S is nabij het stadcentrum. Toch is het niet de bedoeling dat Strijp-S gaat concurreren met het winkel- en uitgaanscentrum. Er wordt ingezet op het segment 'net effe anders', waardoor het niet wil rivaliseren met het stadscentrum, maar het wil aanvullen.

Brooks en Kushner (2001, 9) formuleren vijf managementstrategieën, gericht op het ontwikkelen en stimuleren van creatieve clustervorming. Hitters en Richards voegen daar echter aan toe dat de meeste gemeenten niet voor één strategie kiezen, maar voor een hybride vorm van meerdere strategieën. Bij Strijp-S is dat het geval. Zowel

de strategieën 'development', 'direction' als 'domination' zijn herkenbaar in het beleid van de stakeholders. De gemeente motiveert private partijen om te participeren in het project en zorgt er zelf voor dat deze partijen kunnen ontwikkelen onder optimale voorwaarden (development). Daarnaast probeert de gemeente een maximum aan overheidssubsidies binnen te halen en denkt ze mee over interessante partijen die Strijp-S kunnen verrijken (direction). Hoewel de gemeente de exacte invulling niet bepaalt, is er toch sprake van lichte 'domination', omdat ze zich wel actief mengt in het contact met potentiële afnemers. Omdat de gemeente de kwaliteit op Strijp-S moet garanderen, blijft ze redelijk dominant aanwezig bij de invulling ervan.

5.4 Conclusie

In deze paragraaf wordt teruggekeken naar het eigenlijke uitgangspunt van dit onderzoek: de onderzoeksvraag. Deze luidde:

Wat zijn de belangen en beweegredenen voor de verschillende stakeholders bij de ontwikkeling van Strijp-S en zijn hierbij positieve agglomeratie-effecten te verwachten?

Het grootste verschil qua belangen zit tussen de gemeente en VolkerWessels. De gemeente wil kwaliteit garanderen en een nieuw creatief hart scheppen op Strijp-S. Hierbij moeten de kwalificaties technologie, design en innovatie evenredig vertegenwoordigd zijn. VolkerWessels heeft het genereren van werk als belangrijkste beweegreden. De bij het bouwconcern aangesloten bedrijven moeten de realisatie van het project op zich nemen. Pas als de betrokken partijen er echt niet uitkomen over de uitvoering en de prijs, wordt er gezocht naar een extern bouwbedrijf. De kans is groot dat deze van elkaar afwijkende belangen in de toekomst botsen, wanneer de bij VolkerWessels aangesloten bedrijven niet voldoen aan de kwaliteitseisen van de gemeente. De gemeente steekt miljoenen in dit project en zal alleen met het maximaal haalbare genoegen nemen. VolkerWessels heeft echter ook miljoenen in het project geïnvesteerd om werk te garanderen voor haar dochterbedrijven. Of beide partijen water bij de wijn willen doen wanneer hun belangen botsen, is de prangende vraag. Tot nog toe wordt er vooral gesloopt, maar wanneer de bouw van het eerste

plandeel begint, zal blijken of de publiekprivate samenwerking tussen VolkerWessels en de gemeente Eindhoven standhoudt.

Belangrijkste motivatie om het project Strijp-S op te zetten was het binden van de creatieve klasse aan de stad Eindhoven. Alle stakeholders zagen een sterke vertegenwoordiging van de creatieve klasse als noodzakelijk voor Eindhoven. Door op Strijp-S alle gewenste voorwaarden en faciliteiten te creëren, moet dit het epicentrum van de 'brainport' Eindhoven worden. De eerste tekenen van een creatief cluster zijn in met name het Klokgebouw en het Glasgebouw zichtbaar. Kleine ondernemers, kunstenaars en media- en designbedrijfjes zitten er door elkaar. De insteek van alle stakeholders is dat ondernemers elkaar ontmoeten, samenwerken en met elkaar nieuwe ideeën opdoen. Verschillende theoretici geven echter al aan dat dit in de praktijk lang niet altijd gebeurt. Uit dit onderzoek blijkt dat slechts het eerste, het 'ontmoeten', ook daadwerkelijk plaatsvindt. Het zijn vooral de sfeer en de informele contacten die ondernemers naar Strijp-S lokken. Er vinden heel veel 'gesprekjes op de gang' plaats maar er zijn tot nog toe zeer weinig ideeën opgedaan of zakelijke samenwerkingen aangegaan. De agglomeratie-effecten zijn dus positief in die zin dat kunstenaars, ondernemers en (op langere termijn) grote creatieve bedrijven en organisaties lijfelijk bij elkaar zitten. Het door de stakeholders geformuleerde doel dat men samen tot nieuwe ideeën, samenwerkingsvormen en producten komt, is echter niet behaald.

5.5 Suggestie vervolgonderzoek

In dit onderzoek is vooral gekeken naar de belangen en doelstellingen van de belangrijkste ontwikkelaars van het project Strijp-S. In het laatste deel is kort een reactie gevraagd van de afnemers van het gebied, de creatieve pioniers. Hieruit blijkt dat de motivatie om zich op Strijp-S te vestigen niet overeenkomt met de motivatie van de stakeholders. Immers, de stakeholders denken dat de creatieve klasse van elkaar wil leren, bij elkaar inspiratie op wil doen en samen nieuwe vondsten wil doen. Dat blijkt uit de antwoorden van de geïnterviewde ondernemers niet het geval te zijn. Vervolgonderzoek zou kunnen uitwijzen op welke vlakken de visie van de aanbieders en de gebruikers overeenkomt en op welke vlakken sprake is van discrepantie.

14 augustus 2009

Het project Strijp-S bevindt zich nog in een beginfase. In dit onderzoek zijn door de stakeholders een aantal verwachtingen, doelstellingen en plannen uitgesproken. Het zou interessant zijn om over een paar jaar te kijken of hun verwachtingen uitgekomen zijn, hun doelstellingen behaald zijn en hun plannen zijn gerealiseerd. Zo spreekt iedereen uit dat het project mislukt is als er op Strijp-S alleen gewoond wordt. Maar hoelang kan men vasthouden aan een ideaal als er geen markt voor is?

Binnen Strijp-S moet een combinatie ontstaan van design, innovatie en technologie. Alle drie kwalificaties moeten even sterk vertegenwoordigd zijn. Over vijf of tien jaar zou onderzoek gedaan kunnen worden naar de aanwezigheid van deze drie begrippen. Is er eentje sterker vertegenwoordigd dan de andere? En wat heeft dat voor gevolgen gehad voor Strijp-S op economisch, sociaal en creatief gebied?

Hoofdstuk 6: Literatuur

Aalst, I. v., O. Atzema, et al. (2005). Creatieve klasse en regionaal-economische groei, Universiteit Utrecht.

Berg, L. v. d. (2001). Growth Clusters in European Metropolitan Cities. Burlington, Ashgate Publishing Company.

Brooks, A.C. and Kushner, R.J. (2001). Cultural districts and urban development, International Journal of Arts Mangement 2(3): 4-15.

Brouwer, J. and J. Saris (2005). Stedelijke regio's concurreren met creativiteit. Creativiteit en de stad. Amsterdam, NAI Uitgevers.

Florida, R. (2002). The Rise of the Creative Class. New York, Basic Books.

Florida, R. (2003). "Cities and the Creative Class." City & Community 2.

Florida, R. (2003). Een introductie tot de creatieve klasse. Creativity and the City. Amsterdam.

Florida, R. (2005). The Flight of the Creative Class. New York, HarperCollins Publishers Inc. .

Hitters, E. and G. Richards (2002). "The Creation and Management of Cultural Clusters." Creativity and Innovation Management 11(4): 234-247.

Hitters, E. and I. v. Aalst (2005): "The Place2B: Exploring the Logic of Urban Cultural Clusters." International Journal of Urban and Regional Research.

Hospers, G.-J. and C.-J. Pen (2008). "A View on Creative Cities Beyond the Hype." The Authors Journal compilation 17(4): 259-270.

Kloosterman, R. (2005). De creatieve hype. Creativiteit en de stad. Amsterdam, NAI uitgevers.

Koekebakker, O. (2005). Creatief beleid. Creativiteit en de stad. Amsterdam, NAI Uitgevers.

Landry, C. (2000). The Creative City. Londen, Earthscan Publications.

Marlet, G. A. and C. M. C. M. v. Woerkens (2004). "Het economisch belang van de creatieve klasse." ESB 11-6-2004: 280-283.

Mommaas, H. (2004). "Cultural clusters and the post-industrial city: towards the remapping of urban cultural policy." Urban Studies(41): 507-532.

14 augustus 2009

Pratt, A. (2008). "Creative cities: the cultural industries and the creative class." Geografiska Annaler: Series B, Human Geography(2): 107-117.

Rutten, P. (2004). De creatieve industrie in Amsterdam en de regio. Creatieve industrie in Rotterdam. Delft, TNO.

Rutten, P. (2005). Creativiteit, innovatie en stedelijke ontwikkeling. Creativiteit en de stad. Amsterdam, NAI Uitgevers.

Scott, A. (2006). "Creative Cities: Conceptual Issues and Policy Questions." Journal of Urban Affairs 28: 1-17.

Stichting Alice. (2003). Creatieve Industrie regio Eindhoven: resultaten van een inventariserend onderzoek. Het creatief DNA van de regio Eindhoven. Eindhoven, Stichting Alice.

Verhagen, E. (2005). De manier van de stad. Creativiteit en de stad. Amsterdam, NAI Uitgevers.

Wester, F and V. Peters (2004). Kwalitatieve Analyse. Bussum, Uitgeverij Coutinho.

Yin, R. (2009). Case Study Research. Thousand Oaks, SAGE Publications.

Internetbronnen:

Website Alice. www.alice-eindhoven.nl. Geraadpleegd: 8 januari 2009.

Website Eindhovens Dagblad. www.ed.nl. Geraadpleegd: 20 januari 2009.

Website Gemeente Eindhoven. www.eindhoven.nl. Geraadpleegd: 10 december 2008.

Website Nieuwsbank. <http://www.nieuwsbank.nl/inp/1999/03/0312F018.htm>. Geraadpleegd: 17 maart 2009.

Website OCW. (2009). "Tabel definitie creatieve sectoren." www.minocw.nl/creatieveindustrie/886/Over-Creatieve-industrie.html. Geraadpleegd: 3 maart 2009.

Website Stichting Trudo. www.trudo.nl. Geraadpleegd: 20 maart 2009.

Website Strijp-S. www.strijp-s.nl. Geraadpleegd: 10 december 2008.

Website VolkerWessels. www.volkerwessels.nl. Geraadpleegd: 20 maart 2009.

Website West8. www.west8.com. Geraadpleegd: 20 maart 2009.

Website Woonbedrijf. www.woonbedrijf.nl. Geraadpleegd: 20 maart 2009.

Bijlagen

Bijlage 1: Interviewuitwerkingen

Robert Schütte, West8

Interview afgenomen op woensdag 6 mei 2009.

“Toen Philips aangaf te willen vertrekken uit Eindhoven liet het drie grote bedrijfsterreinen aan de noordwest-zijde van de stad achter. Van die drie terreinen ligt Strijp-S het dichtst bij het stadscentrum. De gemeente Eindhoven heeft het terrein samen met VolkerWessels gekocht, waarna deze twee partijen met de planvorming zijn begonnen. Tijdens de aankoop van het gebied is er een programmastudie gedaan door Riet Bakker, waarin ze aangaf wat de ingrediënten van de herontwikkeling van Strijp-S zouden kunnen zijn. Vervolgens werd aan twee bureaus, waaronder West8, gevraagd hierop te reageren met een stedenbouwkundige visie, waarna West8 werd geselecteerd.”

“Waarom zijn wij gekozen? Ik denk omdat we nogal afwijken van een belangrijk kenmerk van Riet Bakker's plan. In haar ontwerp was ten noorden van de Hoge Rug een groot stuk terrein open gelaten voor een soort wijkpark. Maar het leek ons beter om dat juist aan de voorkant van deze monumentale gebouwen aan te leggen. Op die manier creëren we een open ruimte in het hart van het plan: de Torenallee. Dat is de ruggengraat van het plan: een openbare ruimte die ook écht openbaar is, in de zin dat nagenoeg alle objecten en programma's hun adres hebben aan de Torenallee. Bovendien is het op zichzelf een prachtige ruimte, met aan de ene kant de monumentale panden en aan de andere kant de nieuwbouw.”

“Maar wat volgens ons op grotere schaal van belang is, is dat de Torenallee vrij natuurlijk, als je in een stad überhaupt van 'natuurlijk' kunt spreken, doorloopt naar het centrum aan de ene kant en het buitengebied, de Wielewaal, aan de andere kant. Als je het nog verder doortrekt kom je via de Oirschotsedijk uit bij Oirschot, als één grote groene verbinding. Al met al is het dus een heel structurerend voorstel, wat gekoppeld aan de filosofie van het bouwblok. Wat is die filosofie van het bouwblok? Het is een heel oud stedenbouwkundig principe met als belangrijkste kenmerk dat

14 augustus 2009

het een heel herkenbare buitenkant cq openbare kant heeft en een heel herkenbare binnenkant cq privékant.”

“De creatieve klasse, je kunt stellen dat we daar tegelijkertijd niet en wel mee bezig zijn. Er zijn verschillende partijen bij dit project betrokken, waarbij de gemeente Eindhoven en VolkerWessels in eerste instantie de kar trokken. Elk deelgebied is uitbesteed aan deelontwikkelaars met de bedoeling dat alles langzamerhand per blok of per cluster van blokken zijn beslag krijgt. Waarom is de creatieve klasse van belang? Als je spreekt over het zoeken naar afzetgebieden, dan heeft iedereen daar zijn eigen ideeën bij, waarbij die creatieve klasse altijd een belangrijke rol speelt.”

“We vinden het belangrijk om die creatieve klasse te faciliteren, maar náást andere categorieën die je ook faciliteert. Vanuit stedenbouwkundig oogpunt zeggen wij: Als je de traditionele stedenbouwkundige invulling gebruikt, namelijk dat van de bouwblokken, dan kun je er een stedelijke of substedelijke dynamiek mee genereren die door alle klassen en categorieën kan worden benut. Wij denken dat het inderdaad heel goed is als de creatieve klasse hier neerstrijkt. Maar we denken dat het ook heel goed is als hier gezinnen en oudere mensen neerstrijken. In feite is het doel dat Strijp-S op termijn, los van de pioniersfase, een stadsdeel is met een gemengde samenstelling van bewoners en gebruikers. Onder bewoners versta ik mensen die er altijd zijn, onder gebruikers mensen die hier bijvoorbeeld een bedrijf of onderneming in het gebied hebben, maar ook bezoekers.”

“Op het moment dat de creatieve klasse naar buiten beweegt in de vorm van tentoonstellingen of voorstellingen, dus wanneer ze zich kenbaar maken, trek je bezoekers aan. En op zo'n moment wordt het gebied ook echt onderdeel van de stad. Een woonwijk is monocultureel, daar wonen mensen maar als je er niet hoeft te zijn, dan kom je er ook niet. Hetzelfde geldt voor bedrijfsterreinen en kantorenparken. Maar in een stadswijk als Strijp-S moet het vanzelfsprekend zijn dat je er heel doelgericht naartoe gaat, ook al woon of werk je er niet. Bijvoorbeeld voor een atelierbezoek, of omdat je gehoord hebt dat er iemand heel erg spannende dingen doet met audio en video. Maar ook gewoon omdat het aantrekkelijk is om door het gebied te wandelen.”

“Vanuit stedenbouwkundig perspectief zijn een aantal ingrediënten enorm belangrijk. Zo willen we regisseren hoe mensen door het gebied bewegen. Als je een structuur bedenkt waarbij openbaar en privé niet van elkaar gescheiden zijn, dan wordt het een stadsdeel waar iedereen in en uit kan. Dat is vervelend voor de bewoners want iedereen kan, bij wijze van spreken, zomaar in de achtertuin staan. Dat is natuurlijk niet de bedoeling. Met het idee om een aantrekkelijke, dynamische en stedelijke cultuur te vestigen, komt ook de verplichting om dat op de juiste manier te regisseren. De heldere afbakening tussen openbaar en privé is dus de ene voorwaarde. De andere is dat het openbaar gebied ook aantrekkelijk moet zijn. Het moet voldoende maat hebben, je moet er in en uit kunnen gaan, maar het moet er vooral aangenaam zijn.”

“Aansluitend daarop komen nog wat elementen over bereikbaarheid, de HOV-baan die door het gebied gaat en de mogelijkheden om het gebied aantrekkelijk te maken voor onderwijsinstellingen. Aan de ene kant hebben we een hele heldere stedenbouwkundige structuur neergelegd, aan de andere kant hebben we de invulling daarvan behoorlijk open gelaten. Zowel de gemeente als VolkerWessels heeft duidelijk aangegeven: ‘We moeten de markt zelf zijn werk laten doen op deze locatie.’”

“Het begrip ‘de creatieve klasse’ is een redelijk nieuw fenomeen, wat met name in Eindhoven behoorlijk aanwezig is. Het is bekend dat een aantal Randstadgemeenten zich nogal op de borst kloppen qua aanwezigheid van creativiteit, maar ik denk dat ook Eindhoven het erg goed doet. Maar wat zijn nu de geleidingspunten voor de creatieve klasse? Allereerst een aantrekkelijke omgeving. En dat is niet een woonwijkomgeving, maar een gemengde omgeving: ‘iets waar van alles kan’. De creatieve klasse wil immers graag pionieren. Maar waar rekent de creatieve klasse vooral op, zeker in de beginfase? Op goedkope vierkante meters.”

“Op Strijp-S zijn alle faciliteiten aanwezig. We hebben een aantal monumentale gebouwen, die erop gemaakt zijn om hele grote dingen te maken. Hiermee bedoel ik dat het grote, stevige panden zijn met grote ruimtes. Daar maak je zonder grote investeringen niet zomaar iets totaal anders van. Maar als je die gebouwen stript en van de basisvoorzieningen voorziet, kun je in principe een flink aantal betaalbare vierkante meters aanbieden. We hebben afgesproken bij elk gebouw, voordat we

besluiten het te gaan slopen, te kijken of we er iets van kunnen maken. Al is het maar tijdelijk. Wij hebben als West8 daar geen zeggenschap over, maar hebben het wel als advies meegenomen in het stedenbouwkundig plan. Bij 'tijdelijk' in stedenbouwkundige termen moet je trouwens denken aan een periode van tien tot vijftien jaar, wat nog behoorlijk lang is."

"Mensen kunnen snel en eenvoudig hun onderneminkje of project starten op Strijp-S, waarna ze wel of niet uitgroeien tot een bedrijf en steeds meer kunnen betalen voor een vierkante meter. Dus ze gaan hun onderkomen opknappen of verhuizen naar een ander gebouw op Strijp-S. In heel veel opzichten liggen hier dus kansen voor de creatieve klasse, zowel in het aanbod als in de vraag. Aanbod in de zin dat de ruimtes er zijn en dat er een gedegen organisatie is. En de vraag komt vanuit de ontwikkeling van het gebied, waarvoor de aanwezigheid van deze mensen van belang is. Het zijn immers de pioniers, ze creëren het sfeertje en maken het aantrekkelijk om op Strijp-S te wonen. Dat is een sfeer van dynamiek en creativiteit. Een grote groep mensen behoort zelf niet tot de creatieve klasse, maar ziet diens aanwezigheid als een belangrijke factor om zich te vestigen. Hetzelfde geldt voor bedrijven."

"Het is duidelijk dat we rekening houden met de creatieve klasse, maar niet op een manier waarbij we aan alle touwtjes trekken om deze binnen te halen. De creatieve klasse onderscheidt zich eigenlijk niet van andere categorieën. In eerste instantie hopen we natuurlijk dat het gebied benut wordt, want leegstand is funest. Daarnaast ligt de kantorenmarkt op zijn gat. We hebben duizenden vierkante meter kantoorruimte voorzien in dit plangebied, maar we weten dat het er voorlopig niet van zal komen. En misschien wel helemaal niet. Dus op het moment dat je inzicht krijgt in die markt, ga je al sleutelen en kijk je bijvoorbeeld of een onderwijsinstelling die ruimte kan opvullen. In de tussentijd blijft de creatieve klasse een soort onderstroom van kandidaten genereren. Je ziet dat het Klokgebouw constant in transformatie is."

"De onderstroom van de creatieve klasse dient zich vanzelf aan. Het zijn ook per definitie mensen die op zoek zijn naar de kansen die er in de stedelijke structuur zijn: Een mooi oud gebouw, niet te ver van de stad, goed bereikbaar. Zo ontwikkelt zich dat via de pioniers. Pioniers zoeken elkaar bewust op, niet zozeer om elkaar te inspireren en ideeën op te doen, maar vooral voor de sfeer. De inspiratie ontstaat

meer doordat mensen oude gebouwen en terreinen in gebruik nemen en dáárdoor op ideeën komen. Op een gegeven moment wordt het aantrekkelijk voor gevestigde partijen om zich in die omgeving te vestigen. Bedrijven als Philips komen regelmatig polshoogte nemen op Strijp-S, omdat ze willen weten wat er allemaal gebeurt. Net zoals voetbalclubs in verre landen gaan kijken of er talent rondloopt, 'scouten' bedrijven ook naar talent. En het handige aan Strijp-S is, dat het talent hier bij elkaar zit."

"Het plan Strijp-S heeft behoorlijk wat uitdagingen. De hele stedenbouwkundige structuur is namelijk opgesteld zonder dat er een specifieke opdrachtgever was. Niemand zei bijvoorbeeld: 'Ik wil daar die en die categorie mensen huisvesten'. Een voorbeeld: Het Natuurkundig Laboratorium wordt nu door de gemeente ontwikkeld tot een mengsel van woningen en bedrijfsruimten. Noem het atelierwoningen. Dat wisten we nog niet toen we het plan maakten. Het plan was vooral een uitdager voor de deelplanontwikkelaars, zodat zij erop konden inspelen."

"De exacte invulling van het plan verloopt bloksgewijs. Want er dient zich nooit een vrager aan die zegt: 'Ik wil me binnen nu en een paar jaar op zoveel duizend vierkante kilometer vestigen'. Nee, aan de ene kant is er het stedenbouwkundig plan en aan de andere kant zijn er de partijen die om ruimte vragen. Dat moet bij elkaar gebracht worden. Daarom voeren de deelplanontwikkelaars gesprekken met die vragers: 'Wil je je hier vestigen en aan welke eisen moeten het gebouw en terrein voldoen?' Een onderwijsinstelling heeft bijvoorbeeld buitenruimte, een aula en een fietsenstalling nodig, heel banale dingen. Maar omdat het plan een algemeen programma is, moet je op het moment dat zo'n school komt goed nadenken over hoe je de verschillende onderdelen clustert. Het planproces begint eigenlijk opnieuw, maar wel binnen het eerder opgestelde kader."

"Voor een aantal deelprojecten ligt de invulling al volledig vast. Zoals bij de Torenallee, met de bomenrijen. Daar gaat gewoon niemand aankomen, klaar. Maar de invulling van een groot deel van het gebied ligt nog open. Maken we ongebonden woningen of juist appartementen, of een mix daartussen? En hoe ziet dat er dan uit? Hoe en waar creëren we parkeergelegenheid? Het zijn allemaal details die nog besproken moeten worden. We merken dat de deelplanontwikkelaars moeten wennen aan die open planstructuur. Aan de andere kant staat er gelukkig geen grote

14 augustus 2009

druk op dit project. Als je een enorme huisvestingsopgave hebt vanwege een woningtekort in Eindhoven, dan moet er heel snel gebouwd worden. Dat is hier niet het geval.”

“Het valt momenteel financieel allemaal een beetje tegen, waardoor er nog niet veel tempo in dit project zit. Maar dat kan over drie jaar anders zijn. Het kan zomaar gebeuren dat er ineens drie, vier bouwprojecten tegelijk starten. Maar helemaal stil ligt het nu ook niet. Het Klokgebouw wordt benut, dat willen we doortrekken naar het Veemgebouw. Dat gaat stapje voor stapje en wordt door de vraag bepaald. Dus op het moment dat we weten hoeveel kandidaten we hebben een aantal vierkante meters, maken we die meters in orde en de rest blijft braak liggen. Pas als iemand een businessplan en financiën van de bank heeft, stappen we erin. Eerder niet. We gaan niets gereedmaken voor een programma dat niet van de grond komt. Dat is een te groot risico.”

“Wij hebben als West8 de supervisie over de uitvoering van het plan. Dat moet je heel breed zien. Aan de ene kant beoordelen we concrete architectenplannen op stedenbouwkundige, architectonische kwaliteit. Daarnaast zijn er vragen om aanpassingen. Bijvoorbeeld of de twee bouwblokken in de Spoorzone kunnen worden samengevoegd. In die zin is onze superviserol ook een ontwerpersrol. Verder voeren we discussies in het veld met onder meer de Rijksdienst Monumentenzorg en heeft West8 en voornamelijk Adriaan Geuze een ambassadeursrol. Dat betekent dat we lezingen geven, bij potentiële kandidaten op bezoek gaan en ervoor zorgen dat het totaalplaatje er aantrekkelijk uitziet.”

“Je zou aan de ene kant kunnen zeggen dat het stedenbouwkundig metier heel beperkt is. We gaan niet via advertenties of glossy folders op zoek naar gebruikers. Dat is de taak van de deelplanontwikkelaars, die hun eigen markt moeten genereren. Maar als daar de eerste tekenen van zijn, maken we contact om te vertellen hoe mooi het hier kan worden. Zo heeft de Internationale School al interesse getoond om zich te vestigen op Strijp-S. Nou, dan doen wij even ‘een dansje’ om te laten zien hoe aantrekkelijk het toekomstplaatje is. West8 heeft de laatste stem in wat er uiteindelijk in de verschijningsplannen gaat gebeuren. Maar als Park Strijp Beheer zegt dat er een McDonald’s komt, dan kunnen we op onze achterste benen gaan staan maar

14 augustus 2009

komt die McDonald's er toch. In die zin is onze macht redelijk beperkt, terwijl onze rol vrij breed is."

"Onze visie sluit eerder aan bij Jane Jacobs, dan bij Florida of Landry. Maar wanneer je een aantrekkelijke fysieke structuur hebt, een gebouw of een stadsdeel in een dynamische omgeving, dan komen de processen die deze theoretici beschrijven daarin sowieso tot stand. Het rare is dus dat het hele concept wordt omgedraaid; er wordt gevraagd of er een conditie te scheppen is waardoor die vraag gaat ontstaan. Je kunt bijvoorbeeld wel een oud fabriekspand aanbieden, maar of de creatieve klasse zich daar vestigt, ligt aan het feit of die creatieve klasse überhaupt wel aanwezig is. Je kunt het eigenlijk niet sturen. Maar we weten dat de creatieve klasse een bepaald programma van eisen heeft, waarvan goedkope vierkante meters een belangrijk kenmerk is. Daarnaast zijn grote, hoge ruimtes belangrijk, die ruw en niet gladgestreken eruit moeten zien en niet teveel beperkingen opleggen. Dan heb je een fysieke conditie geschapen om de creatieve klasse, als die er is, aan je te binden."

"Het leefklimaat is op Strijp-S minstens zo belangrijk als het ondernemingsklimaat. Wij denken dat Strijp-S aantrekkelijk is voor mensen die het prettig vinden om in een substedelijke cultuur te wonen. Dat kunnen gezinnen zijn, samenwonenden of alleenstaanden. Er komen daarnaast mensen die de openbare ruimten benutten, de bezoekers. Wat een stad of stadsdeel aantrekkelijk maken, zijn de toegankelijkheid van praktische voorzieningen en diversiteit. Kijk bijvoorbeeld naar Antwerpen, waar je kunt lunchen voor twaalf euro, maar ook voor 62 euro. En dat kan vlak naast elkaar, wat een bepaalde dynamiek genereert. Zaak is wel dat je als gemeente liberaal bent in je vestigingsbeleid. Je moet niet teveel 'clubje bij clubje' willen huisvesten. Dus niet de bejaarden in de ene hoek en de gezinnen in de andere. Nee, gooi alles door elkaar want dat komt het stedelijke gebied ten goede."

"Tot wanneer blijft West8 actief bij de realisatie van Strijp-S? Tot de laatste snik en zelfs daarna. Dat is niet formeel vastgelegd maar in de praktijk is het zo dat het project eigenlijk nooit klaar is. Wel zal onze bemoeienis op een gegeven moment een lichtere vorm aannemen. Wanneer kunnen we tevreden terugkijken op een geslaagd project? Dat is lastig aan te geven, want op welk moment meet je dat? We zouden heel ontevreden zijn als dit een suffe woonwijk wordt, waar alle extra's uiteindelijk

niet gerealiseerd zijn. Strijp-S is een stadsdeel dat uiteraard een groot woongedeelte bevat, maar daarnaast ruimte en kansen biedt voor low en high culture en low en high budget. Dat alles moet hier gemakkelijk een plek vinden, zonder dat het elkaar bijt of stoort.”

“Wat als Eindhoven naar ons toe was gestapt met de opdracht: ‘Stel een plan op om op deze plek een zo groot mogelijke woonwijk neer te zetten.’? Ik denk niet dat we die hadden aangenomen. Allereerst zit er veel minder uitdaging in een dergelijk plan. Maar het zou ook een enorme misser zijn om op deze locatie een hoogbouwwoonwijk te bouwen. Die dichtheid kan dit terrein midden in de stad niet goed hebben.”

Sietske Aussems, Stichting Trudo

Interview afgenomen op maandag 11 mei 2009.

“Stichting Trudo heeft jaren geleden de Lichttoren gekocht, een gebouw dat niet op Strijp-S ligt maar wel door Philips gebouwd is. We zijn toen een samenwerking aangegaan met VolkerWessels, waarbij Trudo de ontwikkelaar is en VolkerWessels verantwoordelijk is voor de bouw. Die samenwerking ervoeren beide partijen als erg prettig, dus toen hebben we de ambitie uitgesproken om samen meerdere projecten uit te voeren. Vervolgens kocht VolkerWessels, samen met de gemeente Eindhoven, het terrein Strijp-S. VolkerWessels kocht dit gebied puur om de komende vijftientig jaar bouwwerkzaamheden te garanderen. Dit is immers haar handelswijze: Er wordt een bepaald gebied opgekocht en alles wat er gebouwd moet worden, wordt uitgevoerd door bij VolkerWessels aangesloten ondernemers.”

“Aan Trudo vroeg VolkerWessels of wij mee willen denken en mee willen ontwikkelen binnen het gebied Strijp-S. VolkerWessels is zelf immers geen ontwikkelaar en weet niet precies hoe ze de invulling van een dergelijk gebied moeten aanpakken. Aan ons werd gevraagd welk deel van Strijp-S we onder handen wilden nemen, waarna Trudo gekozen heeft voor de monumentale gebouwen en de Driehoek. Hier hoorde het Klokgebouw in eerste instantie niet bij, omdat het door de gemeente herontwikkeld zou worden. Bij aanvang van het project hebben we, in samenwerking

14 augustus 2009

met de gemeente, een haalbaarheidsonderzoek geschreven waarbij we tot de conclusie kwamen dat in het Klokgebouw een soort cultuurfabriek moest herrijzen. De gemeente was echter van mening dat zij daarvoor niet de juiste mensen had, waarna Trudo het Klokgebouw kocht en de herontwikkeling op zich nam.”

“Het is niet zo dat wij als Stichting Trudo, omdat we het gebied hebben aangekocht, de zeggenschap hebben over de Driehoek. Er is een soort gezelschap samengesteld, ook wel de ‘Board of Inspiration’ genoemd, waarbij West8 onder leiding van Adriaan Geuze de supervisie heeft over het gebied. Daarnaast hebben we architect Jo Coenen aangesteld om invulling te geven aan de Driehoek.”

“We doen nu ruim drie jaar het beheer en de verhuur van de ruimtes in het Klokgebouw. In december 2007 zijn we eigenaar geworden van dit pand. Verder zijn we verantwoordelijk voor de Driehoek en een aantal monumentale panden: het Veemgebouw, de Hoge Rug, de Machinekamer en het Ketelhuis. Inmiddels hebben we al een paar gebouwen in gebruik genomen. In het Klokgebouw, de Machinekamer (tijdelijk) en het SBP-gebouw (voor veel gebouwen worden de benamingen van Philips aangehouden, PvdH.) van de Hoge Rug zijn door huurders in gebruik genomen.”

“Stichting Trudo is op verschillende plaatsen bezig met de totstandkoming van Strijp-S. De invulling van het Klokgebouw is definitief. Ook is al duidelijk dat de eerste en tweede verdiepingen van de Hoge Rug publieke functies moeten herbergen, vandaar dat we de eerste ruimtes al hebben kunnen verhuren. In het SEU-gebouw en het SBX-gebouw, beide tijdelijke panden, zijn een skatepark, een boulderhal, een designwinkel en een filmbroedplaats gevestigd. We zijn dus voornamelijk bezig met het ‘kwartier maken’. We willen mensen naar het terrein trekken. Dit gebied is altijd van Philips geweest, omringd door een hek en onbegaanbaar voor niet-werknemers. Het werd ook wel ‘De Verboden Stad’ genoemd. Dat probeert Trudo te doorbreken.”

“In 2005 was het dansfeest Extrema in het Klokgebouw. Later zijn er ook andere evenementen georganiseerd op Strijp-S. We hebben hier in het Klokgebouw 8000 m² evenementenvloer, wat uniek is in Nederland. Qua evenementen heeft Trudo ook een bepaalde visie. Het moeten onderscheidende evenementen zijn die wat toevoegen aan de stad en diens imago. De Dutch Design Week, het STRP festival,

14 augustus 2009

het Art & Technology festival en EDIT zijn voorbeelden van culturele evenementen die hier georganiseerd worden. Maar ook het Speedfest, een speedrock festival, wordt gehouden in het Klokgebouw. Eindhoven wordt altijd Rock City genoemd en dit festival past prima binnen dat kader. Op die manier en door de tijdelijke verhuur van gebouwen willen we aan de mensen laten zien dat er al van alles gebeurt in dit gebied.”

“Voor de lange termijn zijn de grote lijnen uitgezet. Er is bepaald hoeveel vierkante meter kantoorruimte er komt, hoeveel vierkante meter woonruimte en hoeveel vierkante meter beschikbaar gemaakt wordt voor leisure. Maar om nu al iets te zeggen over hoe zich dat gaat vormen, dat is lastig. Zeker in deze tijd, want niemand had rekening gehouden met de huidige crisis. Momenteel richt Trudo zich vooral op de ontwikkeling van twee gebouwen. Allereerst het SBP-gebouw, waar de begane grond en de eerste etage worden ingericht met publieke functies. Op de tweede verdieping moeten een aantal facilitaire voorzieningen ontstaan; een Kamer van Koophandel, een dependance van de Rabobank, een octrooienbank, een jurist, een accountant, een boekhouder, een koffiecorner, een vergaderruimte enzovoorts. Die verdieping is voor iedereen toegankelijk. Op de derde verdieping vestigt zich Little Mountain, een creatieve broedplaats voor starters.”

“Het andere pand waar we mee bezig zijn, het gebouw naast SBP, is geheel gereserveerd voor woonunits. Daarvoor hebben we al een open dag georganiseerd en willen we voor de zomer van 2009 de bouwaanvraag indienen. Hopelijk krijgen we in het najaar de vergunningen, kunnen we in het begin van 2010 starten met bouwen en kunnen de woningen in 2011 opgeleverd worden. Op de open dag kwamen 160 mensen af, dus je merkt dat er een enorme vraag naar woonruimte is. Daarom vinden we het belangrijk dat we hier spoedig het concept van loftwoningen kunnen introduceren.”

“Zoals gezegd liggen de grote lijnen vast, maar de invulling daarvan ligt nog helemaal open. Als er een bedrijf komt met een leuk idee of concept, kijken we hoe we dat in kunnen passen. Maar het is niet zo dat we achterover zitten en wachten tot de juiste personen en bedrijven zich aanbieden. Een voorbeeld zijn de bekende vormgevers Kiki van Eijk en Joost van Bleiswijk. Hun bedrijf moest vertrekken uit Waalre en de gemeente wilde deze mensen graag naar Eindhoven halen. Daarop is

14 augustus 2009

ons de vraag gesteld: 'Kunnen jullie deze ondernemers faciliteren in één van jullie gebouwen?' Dat soort verzoeken grijpen we uiteraard met twee handen aan, omdat het voor aanzien zorgt voor Strijp-S en stichting Trudo."

"Stichting Trudo is een woningcorporatie en zijn in oorsprong alleen gericht op het beheer en verhuur van woningen. Onlangs hebben we zeven verschillende doelstellingen opgesteld, waaronder 'het maatschappelijk ondernemen'. We vinden het namelijk van belang dat startende ondernemers in Eindhoven terecht kunnen. Met de TU, de Fontys Hogescholen, de ROC en de Design Academie heeft deze stad een behoorlijk rijk bezit aan scholing. Maar wat je ziet is dat iedere afgestudeerde wegtrekt uit Eindhoven. Dat is niet alleen voor Eindhoven vervelend, maar vooral voor die afgestudeerden zelf. Ze kennen immers de stad, hebben zich er ontwikkeld en een netwerk opgebouwd, maar moeten verkassen omdat ze nergens in Eindhoven goedkope bedrijfsruimte kunnen huren. Die mensen wil Trudo een plek geven en Strijp-S is uitermate geschikt vanwege haar industriële gebouwen."

"Waarom vindt Stichting Trudo het zo belangrijk om deze categorie mensen aan de stad te binden? Omdat het jong bloed is, jonge aanwas met een frisse kijk. Je ziet het ook in het Klokgebouw, waar mensen elkaar opzoeken en elkaar verrijken. Ze kunnen veel voor elkaar en voor de stad Eindhoven betekenen. Er zitten in het Klokgebouw een paar grote bedrijven, waaronder twee fitnessclubs, maar voor de rest betreffen het kleine, startende ondernemingen die binnen de creatieve sector vallen. Van webdesigners en fotografen, tot architecten, vormgevers en interieurontwerpers."

"Onze handelswijze sluit aan op de visie van Richard Florida. Hij stelt bijvoorbeeld dat de aanwezigheid van homo's kenmerkend is voor de creatieve sfeer binnen een gebied. Wij denken met het binnenhalen van de skatehal en de klimhal ook bepaalde groepen aan te trekken die sfeerbepalend zijn voor Strijp-S. De skaters zijn over het algemeen wat lager opgeleid dan de klimmers, maar beide groepen organiseren feestjes, toernooien en evenementjes op het terrein. Via Popei, een popinstituut, wordt de rockscene naar Strijp-S getrokken. We zetten bewust in op die categorieën mensen van wie we denken dat ze wat toevoegen aan dit gebied."

14 augustus 2009

“Toch willen we niet alleen inzetten op die sfeerbepalers. Vlakbij Strijp-S liggen de zogenaamde krachtwijken De Bennekel en Woensel-west. De bewoners van die wijken worden niet direct aangesproken door de evenementen en feesten die we hier organiseren. Maar de twee goedkope fitnesscentra maken het Klokgebouw en daarmee Strijp-S laagdrempelig voor de wijkbewoners. Van daaruit proeven ze ook sfeer op Strijp-S, los van het feit of die sfeer hen aanspreekt of niet. Het zorgt in ieder geval voor een diversiteit van mensen. Dat vinden we belangrijk, omdat ons woonaanbod eveneens divers is. We zetten niet alleen in op dure appartementen voor de *upperclass*, maar ook op sociale woningbouw.”

“Dat een woningcorporatie als Trudo zich bezighoudt met de organisatie van evenementen ligt misschien niet voor de hand. Maar het heeft puur te maken met het kwartier maken. We hopen dat mensen de sfeer in het Klokgebouw aangenaam vinden. En dat mensen denken: ‘Het bevalt me goed hier, ik ga eens op zoek naar een woonruimte op Strijp-S.’ Daarop is onze programmering dan ook op gericht. Het is bovendien van belang dat hier verschillende horeca- en uitgaansgelegenheden worden gebouwd, zodat er een nieuwe stad ontstaat. We verlangen naar unieke concepten, die elders in Eindhoven niet te vinden zijn. H&M, Zara en de Mediamarkt vind je overal, die maken Strijp-S niet boeiend. We willen geen standaard franchiseondernemingen. We gaan niet voor maximale huurinkomsten, maar voor kwaliteit en visie.”

“We hebben bij aanvang van het project ingezet op een periode van twintig jaar. Maar mede vanwege de huidige recessie weet je niet hoe het project zich ontwikkelt en hoe de andere partijen hierop reageren. Vanuit Stichting Trudo kan ik zeggen dat we weinig last hebben van de huidige crisis. We hebben, zoals gezegd, een aantal deelprojecten lopen waarmee we nog wel even vooruit kunnen. En de vraag naar goedkope bedrijfsruimte blijft bestaan. Het zou geweldig zijn als we de Plaza Futura naar Strijp-S kunnen halen, daar zijn we op dit moment mee bezig. Want als één grote publiekstrekker de stap naar Strijp-S maakt, trekt dat direct allerlei andere bedrijven en mensen aan.”

“Je ziet aan het Klokgebouw hoe snel het kan gaan. We hebben hier na twee jaar bijna honderd huurders en we gaan nu weer twee extra verdiepingen opleveren. We hebben nog een heel lange weg te gaan, maar de eerste stap is gezet. De eerste

14 augustus 2009

vormen van een creatief cluster zijn zichtbaar, want de pioniers hebben de weg naar Strijp-S gevonden. De evenementen in 2008 telden in totaal 150.000 bezoekers. Dus het begint ergens op te lijken. Maar uiteindelijk moeten we met dit gebied één miljoen bezoekers per jaar trekken.”

“Eindhoven heeft een gunstig vestigingsklimaat. Qua verbinding zitten we gunstig tussen Amsterdam en Maastricht en tussen Rotterdam en Venlo. Ook zijn we onderdeel van de bekende driehoek van Brainport die bestaat uit Aken, Leuven en Eindhoven. Bovendien heeft Eindhoven een vliegveld. Nu pakken we hier het vliegtuig naar Barcelona en London, maar die redenering willen we omdraaien. Mensen uit Spanje en Engeland moet denken: ‘We moeten naar Eindhoven, want daar is het te doen.’ We zien het al op bepaalde vlakken. Op het STRP festival komt bijvoorbeeld veel internationaal publiek af en in de boulderhal wordt het WK boulderen gehouden.”

Henk Scholte, Park Strijp Beheer vanuit gemeente Eindhoven

Interview afgenomen op woensdag 20 mei 2009.

“Park Strijp Beheer BV moet gezien worden als ‘de handjes’ van het werkapparaat van Park Strijp CV, die verantwoordelijk is voor de juridische kant van de publiekprivate samenwerkingsovereenkomst. Die overeenkomst bestaat uit twee aandeelhouders: de gemeente Eindhoven en VolkerWessels. Het is de taak van Park Strijp Beheer BV om alle handelingen te verrichten die de grond geschikt maken voor de functies die men erop wil bouwen. Park Strijp Beheer BV is een toevallige passant. Wanneer alle deelplannen zijn uitgegeven en er overeenstemming is over de uitvoering, zit de taak van Park Strijp Beheer erop.”

“Eén van de hoofdactiviteiten is het saneren van het milieuprobleem. Philips zat een kleine honderd jaar op dit terrein, dus er is een aanmerkelijke vervuiling in het gebied. Vroeger was er wat vervuiling betreft nauwelijks regelgeving en was men niet op de hoogte van de gevaren die bepaalde industriële processen met zich meebrachten. Verder zijn wij verantwoordelijk voor het NGE-onderzoek (onderzoek

naar explosieven) en maken we het gebied 'bouwrijp', wat inhoudt dat we alle oude kabels en leidingen uit de grond verwijderen."

"Park Strijp Beheer is eveneens bezig met allerlei kunstinitiatieven. Het Van Abbemuseum heeft bijvoorbeeld een geweldige collectie, waarvan driekwart in de kelder staat. Doodzonde, dus daarom hebben wij het museum gevraagd die collectie op Strijp-S te laten zien. Zo ook met de werken van afgestudeerden van de Design Academie. Laat die mensen hun producten maar tonen en verkopen. Ook het CKE (Centrum voor de Kunsten in Eindhoven), die in alle takken van de kunst producten aanbieden, willen we naar Strijp-S halen. De winkels die we zoeken voor Strijp-S moeten ook 'net ff anders' zijn. Geen H&M, geen Kruidvat en geen Albert Heijn. Kernbegrippen zijn innovatie, technologie en design. Bedrijven en winkels die zich op Strijp-S willen vestigen, moeten op liefst alle drie de begrippen scoren maar minimaal op één. Het is ook niet ons doel om te concurreren met de binnenstad, maar om iets aan de binnenstad toe te voegen."

"Rond 2000 heeft Philips een masterplan gemaakt waarin stond omschreven hoe het bedrijf om wilde gaan met haar bedrijfsterreinen in en om Eindhoven. Dat waren er ongeveer dertien, terwijl Philips terugwilde naar drie. Eén van die dertien bedrijfsterreinen was Strijp-S, waarvoor stedenbouwkundige Riet Bakker in opdracht van Philips en de gemeente Eindhoven een masterplan heeft gemaakt. Dat masterplan had twee doelen: enerzijds wilde de gemeente bekijken hoe een terrein van 27 hectare weer opgenomen kon worden in het stedelijk weefsel. En aan de andere kant was het voor Philips een mogelijkheid om de prijs te bepalen. Want de herontwikkelingsmogelijkheden bepalen in hoge mate de opbrengstmogelijkheden bij verkoop."

"Het masterplan van Riet Bakker is een plan op een hoog abstractieniveau. Vervolgens moet dat vertaald worden naar het conceptuele niveau voor Strijp-S. Dat is de rol van West8, onder leiding van Adriaan Geuze. West8 heeft het stedenbouwkundige plan ontworpen, wat schematisch weergeeft hoe de bebouwing op het terrein eruit ziet en wat belangrijke onderdelen zijn. Dit stedenbouwkundig plan vormt de 'onderlegger' voor het bestemmingsplan. Het is belangrijk dat je hieraan vasthoudt, tijdens het gehele traject van vijftien, misschien wel twintig jaar. Het geheel transformeert van visie, naar concept, naar projecten; daarin moet

14 augustus 2009

consistentie blijven bestaan over de jaren. Daarom hebben we West8 onder leiding van Adriaan Geuze de supervisie gegeven over het plan, om de samenhang en de ontwikkeling vast te houden.”

“De gemeente heeft voor de herontwikkeling van Strijp-S een prijsvraag uitgeschreven, die gewonnen werd door VolkerWessels. Op dat moment werd de gemeente zenuwachtig, of noem het wakker. Want er werd gedacht: ‘Het kan toch niet zo zijn dat de ontwikkeling van 27 hectare midden in de stad wordt bepaald door een ontwikkelaar en dat de gemeente er alleen via het publieke traject (via het bestemmingsplan en vergunningen) bij betrokken is.’ Stel dat de projectontwikkelaar failliet gaat, wat gebeurt er dan? Gezien de huidige financiële crisis is dat niet eens een ondenkbeeldig verhaal. Al is VolkerWessels één van de grootste aannemers, dus die valt niet zomaar om.”

“Het college is naar VolkerWessels gestapt en heeft gezegd: ‘Wij willen meedoen.’ Essentieel is het moment waarop de gemeente dat deed. Onderhandelings-technisch en strategisch gezien is het een slimme keuze geweest om pas in te stappen nadat VolkerWessels de prijsvraag had gewonnen. Want dan zit je toch anders aan tafel. Het is dan ook niet vreemd dat de partijen er vrij snel uitkwamen, want VolkerWessels had de gemeente hard nodig om de juridische voorwaarden te scheppen die vastliggen in het bestemmingsplan. En omdat VolkerWessels de prijsvraag al had gewonnen, werd er afgesproken dat de gemeente de grond zou kopen. Dat was om fiscale redenen, omdat het belastingtechnisch aantrekkelijker is als een gemeente grond koopt, dan wanneer een ontwikkelaar dat doet.”

“Interessant is dat VolkerWessels het gebied heeft aangekocht om productie te genereren voor de bij VolkerWessels aangesloten bedrijven. Bijna alle takken van sport zijn aanwezig binnen hun consortium: aannemers, wegenbouwbedrijven, slopers, architecten, ontwikkelaars, ingenieurs, etc. Die moeten van werk worden voorzien en VolkerWessels heeft het beleid dat ze dit soort projecten inkoopt om voor de komende jaren werk te genereren voor haar bedrijven.”

“Het totale project is onderverdeeld in een aantal plandelen waarvan de meeste zijn uitbesteed aan woningbouwcorporaties, zoals het Woonbedrijf en stichting Trudo. Deze ontwikkelaars krijgen van ons een richtlijnendocument, waarin staat wat de

uitgangspunten en randvoorwaarden zijn en waarin een productdefiniëring gegeven wordt. Daarop kan de ontwikkelaar weer reageren, zodat het 'maakbaarheidgehalte' vergroot wordt. Uiteindelijk wordt hieruit het programma van eisen opgesteld, wat onderdeel is van het grondcontract."

"Met de deelontwikkelaars is afgesproken dat alle opdrachten die voor het project Strijp-S worden verstrekt, per definitie als eerste worden aangeboden aan de bij VolkerWessels aangesloten bedrijven. Wij willen echter niet vanwege deze afspraak de hoofdprijs betalen, dus als de vraag van die bedrijven niet marktconform is, mag er gekeken worden naar andere aanbieders. Maar in de regel komen we er vrijwel altijd uit met de aan VolkerWessels verbonden bedrijven."

"Zuidoost Brabant wordt gezien als een toptechnologie-regio in Nederland. Eindhoven is daarin de 'Brainport', de centrumstad. Het is ons doel die positie te versterken en beter te verankeren, waarvoor de stad moet voldoen aan een aantal locatiekwaliteiten. De kenniswerker, die uit alle hoeken van de hele wereld komt, kiest voor een aantal vestigingskwaliteiten: 'Kies ik voor Eindhoven, voor Stockholm, voor Frankrijk, Italië of Duitsland?' Want al die landen hebben concentraties van technologie- en innovatiebedrijven."

"Wat zijn die vestigingsfactoren waarmee je je kunt onderscheiden? Allereerst goede bedrijfsterreinen, die we in Eindhoven hebben op onder andere de High Tech-campus. Verder een goede culturele- en kunstinfrastructuur. We hebben met het Van Abbe-museum, Dynamo, de Effenaar, de Plaza Futura en de Schouwburg in Eindhoven een breed netwerk van culturele- en kunstinstellingen. Ook goede sportvoorzieningen zijn aanwezig, in het bijzonder sportpark Eindhoven-noord is 'top of the bill'. Belangrijk is ook het voorhanden hebben van een internationale school, die nu gebouwd wordt. Maar vooral belangrijk, en daarvoor bouwen we Strijp-S, is een wervend woon- en leefmilieu te creëren in deze toptechnologie-regio."

"We hebben ons ingeleefd in de kenniswerker: wie is hij en wat verwacht hij? Dat is noodzakelijk als je een product wilt maken wat hem aanspreekt. We hebben geconcludeerd dat we op Strijp-S qua ligging en historie erg goed zitten. Daarom gaan we bij de herontwikkeling gebruik maken van het oude DNA van dit gebied. Philips heeft al haar producten op dit terrein uitgevonden, wat het gebied een hoog

14 augustus 2009

technologisch, innovatief en creatief karakter geeft. Het moderne woon- en leefmilieu moet dan ook meer bieden dan een woning, een tuin en een winkeltje. Het moet een totale 'quality of life' zijn. Wat is daarvoor belangrijk? Een structureel aanbod van kunst- en culturele activiteiten, omdat wij denken dat de moderne mens kwaliteiten toevoegt aan bestaande producten. Eten is bijvoorbeeld niet meer alleen de honger stillen, maar het is een sociaal gebeuren en entertainment."

"Ik neem het lichtplan op Strijp-S als voorbeeld. Licht is een topic in Eindhoven en is daardoor ook een speerpunt voor Strijp-S. We proberen licht niet alleen als openbare verlichting weg te zetten, maar we willen daar een kwaliteit aan toe te voegen, namelijk 'beleving'. Daarom hebben we Strijp-S aangeboden als proeftuin en laboratorium voor nieuwe ontwikkelingen, met Philips als strategische partner. Philips ontwikkelt op dit moment allerlei producten die over vijf of tien jaar al dan niet op de markt komen. Die willen we faciliteren op Strijp-S. Denk bijvoorbeeld aan dynamische straatverlichting, die dimt bij goed weer en die bij slecht weer toch het gevoel geeft dat het lekker weer is. Dat kan tegenwoordig allemaal met licht. En daarmee geef je weer inhoud aan het DNA van dit gebied."

"Dit plan van aanpak heeft als gunstig gevolg dat we veel subsidie krijgen. Vooral in onze plannen betreffende verlichting, omdat duurzaamheid daarin een belangrijke pijler vormt. Zo doen we voor de openbare verlichting samen met een aantal Europese steden mee aan een subsidieprogramma. Ik merk wel dat je op de top van je ambitie moet zitten. Hoe hoger je inzet, hoe meer subsidie je ontvangt omdat het natuurlijk interessanter is voor Europa qua innovatie. Want de kans is aanwezig dat wij hier op Strijp-S wat uitproberen, wat later in verschillende steden in binnen- en buitenland wordt uitgehouden."

"Ik sprak daarnet over 'quality of life'. Hiermee bedoel ik dat bewoners van Strijp-S kunnen profiteren van een totaalaanbod binnen direct handbereik. Een voorbeeld: na je werk besluit je samen met je partner of je thuis eet, bij een cateraar of bij het restaurant in het Ketelhuis. Vervolgens ga je fitnesssen bij 'Fitness First' in het Klokgebouw, terwijl je partner een muziekcursus volgt bij 'Popei'. En om elf uur sluit je de avond af met een borrel in het Ketelhuis. Dat moet de 'environment' worden op Strijp-S, een omgeving waarin ook nog wordt gewerkt. We zien voornamelijk bij innovatieve bedrijven de trend dat er een vervaging is tussen werken en wonen."

14 augustus 2009

Want als je om zeven uur 's avonds een ingeving hebt, denk je niet: 'Daar doe ik niets mee, want het is buiten werktijd'. Nee, dan ga je achter je computer zitten werken."

"De kleine design- en innovatieve bedrijven willen we op Strijp-S clusteren. We zien in Eindhoven de trend dat men elkaar wil beïnvloeden en van elkaar wil horen om dwarsverbanden te kunnen leggen. Wat wij aanbieden is een laagdrempelige broedplaats, waarbij we hopen op uitbreiding en definitieve vestiging. Dan denk ik bijvoorbeeld aan klein bedrijfje dat zetelt in het Klokgebouw. Als dat na drie of vier jaar beklijft, kan het bedrijf op een ander niveau gaan werken en een definitieve plek innemen, elders op Strijp-S. Zo wordt hun ruimte in het Klokgebouw weer ingenomen door een nieuw innovatief bedrijf. Die cyclus is kenmerkend voor het concept voor Strijp-S en is structureel voor de gebiedsontwikkeling."

"Een belangrijke rol is weggelegd voor scholen op Strijp-S. We zijn nu bezig met de Eindhovense School en het Lucas College, twee onderwijsinstellingen op het terrein van creatieve beroepen op MBO-niveau. Die willen een topinstituut opzetten en willen daarom graag naar Strijp-S komen. Zij voelen blijkbaar met hun haarvaten: 'Dit is de omgeving waar wij met ons concept het best gedijen.' En dat klopt. Eén van de leerrichtingen is bijvoorbeeld theaterproductie. Welnu, binnenkort is hier in de directe nabijheid de Plaza Futura, waarmee ze een strategische alliantie kunnen aangaan."

"We merken in Eindhoven, en die tendens zie je in de hele wereld, dat dit soort hernieuwde industriegebieden in het begin altijd in gebruik genomen worden door de creatieve pioniers. Juist de kunstenaars en kleine ondernemers worden geïnspireerd door deze ruwe industriële, verlaten gebieden. Daar mikken we nu ook op, zodat Strijp-S begint te leven. Toch willen we ook minimaal één anchor, een grote publiekstrekker in het gebied hebben. Want de pioniers kunnen onmogelijk het hele gebied vullen. Een geschikte publiekstrekker lijkt mij bijvoorbeeld Loods5, een soort Ikea maar in een ander segment. Wat kleinschaliger en wat meer richting creatief design. De vestigingen van Loods5 in Sliedrecht en Zaandam trekken ongeveer 300.000 bezoekers per jaar, dus ik zou graag een vestiging op Strijp-S hebben."

"Uiteindelijk trekken de early adopters weer weg, want naarmate de ontwikkeling van het terrein definitief wordt, verliest het de kenmerken van de oude, industriële, ruwe

14 augustus 2009

en een beetje chaotische omgeving. Maar zij hebben het gebied dan al tot leven gebracht en tal van andere groepen mensen en bedrijven aangetrokken. Van daaruit kunnen we het concept voor het nieuwe gebied uitwerken, waarbij het 'kwartier maken' een belangrijke rol speelt. Wat bedoelen we daarmee? Dat je geen kant-en-klaar plan moet maken voor het gebied. De ontwikkeling van het gebied duurt vijftien tot twintig jaar en je moet niet willen weten hoe het er over vijftien jaar uit ziet. Dus probeer het concept zo aan te bieden, en nu chargeer ik een beetje, dat mensen 'hun eigen Strijp-S' kunnen maken. We hebben vanwege de regelgeving in Nederland een bestemmingsplan moeten maken voor Strijp-S. Maar eigenlijk staat dat op gespannen voet met onze visie op gebiedsontwikkeling. Want Strijp-S moet zichzelf creëren. Het bestemmingsplan ligt er weliswaar, maar als iets niet past of niet kan, dan veranderen we gewoon de invulling ervan. We gaan geen initiatieven modelleren om ze binnen het plan te laten passen, omdat je dan alle creativiteit wegneemt. We willen een regelarme zone maken van Strijp-S."

"Hoe willen we dat in de realiteit brengen? Welnu, in het Klokgebouw en de Hoge Rug bieden we kale ruimtes aan, waarbij we zeggen: 'Maak je eigen werkloft maar en maak je eigen woonloft maar'. Oftewel, maak je eigen Strijp-S. We denken dat het een beweging is die appelleert met onze doelgroep: de innovatieve kenniswerker. Toch moeten we ons realiseren dat de drieduizend wooneenheden in het gebied niet gevuld kunnen worden met alleen dit soort mensen. Het is een relatief kleine groep, maar ze bepaalt wel het imago en de branding voor Strijp-S. De ervaring leert immers dat een grote groep daar bij wil horen, zich erin herkent. Dan is er nog een derde categorie: de nog grotere groep mensen die gewoon voetstoots volgen wat anderen doen."

Thijs van Dieren, Park Strijp Beheer vanuit VolkerWessels/ Credo Integrale Planontwikkeling

Interview afgenomen op woensdag 10 juni 2009.

"Credo is sinds een jaar 100% eigendom van VolkerWessels. Binnen VolkerWessels heb je ontzettend veel disciplines, waarvan project- en planontwikkeling er één is. Er

14 augustus 2009

zijn een aantal partijen binnen VolkerWessels die zich op dat vlak begeven. Credo is er dus één van en specialiseert zich voornamelijk op het vlak van gebiedsontwikkeling zoals hier op Strijp-S. Aan de andere kant houdt Credo zich bezig met kleinere ontwikkelingen en uitbreidingen, maar hoofdzakelijk in het voortraject en met name binnen strategische coöperaties. Dus niet zelf een positie verwerven en dan 'pats, boem' zelf wat ontwikkelen, maar we proberen om met lokale spelers de taken te verdelen. We zijn meer een regisseur die in staat is om partijen zo te organiseren dat je kwaliteit kunt realiseren."

"VolkerWessels is in 2001 betrokken geraakt bij het project Strijp-S door middel van een prijsvraag. We waren van tevoren natuurlijk bekend met het feit dat Philips het terrein ging verlaten en dat de ambitie wat deze locatie betreft heel erg hoog is. We hebben ingeschreven op die prijsvraag met een prijs en een visie. Op basis van beide zijn wij geselecteerd. Er is besloten om, vanwege de goede ervaring die we met het Paleiskwartier in Den Bosch hadden, er een PPS (Publiekprivate Samenwerking, PvdH.) van te maken. Om de ambitie die de gemeente had tot een succes te maken, zijn de publiekrechtelijke kaders ontzettend belangrijk en moet er een bepaalde mate van flexibiliteit zijn. Belangrijke vraag is waar je de prioriteit legt. Wat doe je met de ontwikkeling van de rest van de stad? Ben je in staat om op meerdere vlakken te ontwikkelen of zeg je: 'Strijp-S, daar moet het gebeuren en de rest even niet.'"

"Je kunt als stad niet oneindig absorberen, dat is de reden dat deze publiekprivate samenwerking is ontstaan. Hierbij zijn de gemeente en VolkerWessels beide voor 50% risicodragend gaan participeren in de herontwikkeling van Strijp-S. Ik denk dat VolkerWessels is gekozen vanwege de knowhow binnen het concern over onder andere duurzame energie en planontwikkeling. Voor een gebiedsontwikkeling als deze is die breedte van kennis nodig om aan te wenden en in te zetten."

"Wat voor ons de reden was om deel te nemen aan de prijsvraag? Heel bot gezegd: werk. Het draait bij VolkerWessels immers om productie. Aan de andere kant krijgen we op deze wijze de kans om mee te bouwen aan Eindhoven en kunnen we een belangrijke positie binnen de stad verwerven. De plannen lopen tot 2020 dus dit project geeft de zekerheid van een langere periode van werk. Daarnaast kan niet elke partij onze positie zomaar overnemen. Je moet een zeker volume en een lange

adem hebben. VolkerWessels heeft miljoenen geïnvesteerd in dit project. Uiteindelijk is het ons vak om te ondernemen en de risico's te nemen vanuit een bepaalde filosofie. Je moet erin geloven dat het kan, dat het plan werkt en dat we in staat zijn volumes weer af te kunnen zetten. Die gedachte heeft het ondernemerschap gevoed en heeft ertoe geleid dat we in het project Strijp-S stapten."

"Het stadsdeel Strijp-S is 27 hectare groot, bijna 500.000 m² aan programma. Als je het omrekent naar woningen, kom je uit op ongeveer vijfduizend. Strijp-S moet geen ordinaire woonwijk worden, maar juist een bruisend hart met voorzieningen. Die gedachte wordt gevoed door afspraken die zijn gemaakt tussen de verschillende Brabantse steden voor wat betreft prioritering. Zo is afgesproken dat Eindhoven zich specialiseert op innovatie, design en technologie. Binnen Eindhoven is weer de afspraak gemaakt dat Strijp-S daarin een heel belangrijke rol gaat spelen. Met 27 hectare grond op een unieke locatie, vlakbij het centrum en omsloten door rijkswegen, is Strijp-S de ideale plek om de positie van Eindhoven te versterken."

"We hebben een filosofie, een ideaalbeeld waar we naar toe willen. Maar hoe kom je daar? Is het een kwestie van ordinair stenen stapelen en bordjes 'Te Huur' of 'Te Koop' te plaatsen en wachten tot er mensen op afkomen? Nee, op die manier gaat het nooit lukken. Mensen moeten een bepaalde gedachte, een bepaald gevoel krijgen bij Strijp-S. Het was jarenlang 'De Verboden Stad', waar fabrieken stonden, waar geproduceerd werd en waar uitgevonden werd. Nu is het van belang dat het terrein aantrekkelijk wordt. De historie moet worden omgezet in de hoofden van mensen. Niet alleen de mensen in Eindhoven, maar in heel Nederland en zelfs daarbuiten. Dat gaat in kleine stapjes."

"Om dat te bereiken speelt de creatieve klasse een ontzettend belangrijke rol. Je ziet een landelijke trend waarin de creatieve klasse, wij noemen het de minipreneur, een steeds grotere economische waarde vertegenwoordigt. Dus voor de economie van een stad is deze categorie van enorm belang qua werkgelegenheid en het genereren van omzet. Eindhoven was met de aanwezigheid van Philips een 'one-company-town'. Philips besloot het hoofdkantoor te verplaatsen naar Amsterdam, wat vooral een symbolische handeling was. Vervolgens vertrok ook de productie steeds meer uit Eindhoven. Als stad kun je dan in een identiteitscrisis terecht komen. Want het betekent letterlijk dat de ziel uit de stad wordt gehaald en daarmee de potentie van

14 augustus 2009

Eindhoven weg is. Verrassend was dat in die periode nieuwe en al bestaande ondernemingen de beschikbare ruimtes innamen. Ze bouwden mee aan de economie van Eindhoven op een frisse, spannende, innovatieve wijze. Die trend faciliteren is van enorme economische waarde en sluit naadloos aan op de filosofie van de Brabantse steden en de rol die Strijp-S moet vervullen.”

“Voor aanvang van het project hebben we kennis genomen van de visies van theoretici als Richard Florida. Dat voedt het gedachtegoed van de belangrijkste stakeholders. Het is de achtergrond, de ambitie. Maar uiteindelijk blijft het papier, het is iets wat tussen de oren van de mensen zit. Wat we hier op Strijp-S zien, is dat het niet eens heel bewust, nauwelijks gestuurd en vrij spontaan ook écht gebeurt.”

“Een voorbeeld is het Glasgebouw. Dat gebouw is met 10.000 m² vrij fors. Twee, drie jaar geleden kwam het beschikbaar en wisten we niet zo goed wat we ermee moesten. Want zoveel partijen zijn er in Eindhoven niet die een dergelijk grote oppervlakte nodig hebben. Hoe zetten we die tien vloeren van elk 1000 m² succesvol af? We zijn gewoon begonnen met het pand kamertje voor kamertje te verhuren. Het pand zit nu helemaal vol, tot de nok toe gevuld met allerlei leuke, spannende clubs die het naar hun eigen smaak en achtergrond hebben ingericht. Het is een soort broedplaats, een bolwerk van minipreneurs geworden. En dat zorgt voor een goede uitstraling.”

“We hebben bewust laagdrempelig ingezet, er wordt 65 euro per vierkante meter betaald. Flexibele contracten en ruimtes, dus wil je twee of drie ruimtes? Prima! Per maand kunnen huurders weer opzeggen. Dat is prettig voor een minipreneur, die bij wijze van spreken niet weet waarvan hij morgen moet eten. Op basis van het succes van het Glasgebouw gaan we in het gebouw ernaast eenzelfde beleid voeren. Al gaan we daar iets hoogwaardiger insteken met 85 euro per vierkante meter. Weer hanteren we flexibele contracten, maar we hopen partijen te trekken die qua kwaliteitsniveau iets hoogwaardiger zijn. Ze krijgen ook gemeenschappelijke voorzieningen aangeboden zoals een vergaderzaal, een presentatieruimte en een ontvangsthal. Verder zitten er dames aan de balie die de gasten ontvangen, ziet de entree er wat fraaier uit en is het gebouw wat beter geïsoleerd.”

14 augustus 2009

“Ook dit vanuit de filosofie om partijen naar Strijp-S te trekken, maar eveneens om een tussenstap te bieden voor partijen die zich op termijn definitief op Strijp-S willen vestigen. Zo dagen we ze uit om mee te bouwen aan het gebied. Je ziet het gebeuren wanneer een bedrijf in het Glasgebouw bijvoorbeeld failliet gaat en het bedrijf ernaast de ruimte overneemt. Het is een soort organisch model dat begint te kristalliseren tot een bruisend geheel. Zo kijken we ook of er horeca toegevoegd kan worden. Denk daarbij aan een concept waarbij mensen een hapje eten, terwijl ze op een stoel zitten die door een kunstenaar gemaakt is en te koop is. Er hangt een prijskaartje aan, zodat de stoel direct na de maaltijd meegenomen kan worden. Op die manier proberen we een plek te creëren waar ondernemers, kunstenaars en bedrijven elkaar kunnen ontmoeten.”

“Ik ben als projectmanager vanuit VolkerWessels werkzaam bij Park Strijp Beheer. Park Strijp Beheer moet je zien als de spin in het web, waar alles samenkomt en waar het geheel wordt overzien. Je hebt bijvoorbeeld de partijen die hier nieuwbouw willen plegen en je hebt partijen die tijdelijk willen huren. Al die zaken faciliteren wij en sturen wij aan. Ook het bouwrijp maken van de grond, het leggen en verwijderen van kabels en leidingen, het beheer van de panden, het aansturen van de aannemers en afspraken maken met de afnemers behoren tot ons takenpakket. Onze taak is zo divers dat er een man of vijftig voor Park Strijp Beheer werkzaam is.”

“Ik merk dat het accent momenteel verschuift van het bouwrijp maken van de grond naar het benaderen van en onderhandelen met interessante partijen. Ik zie het aan het aantal initiatieven (ondernemers, bedrijven, scholen, overheidsinstellingen) dat zich hier graag wil vestigen. We onderzoeken nu samen met die partijen waar ze op Strijp-S gehuisvest kunnen worden, hoe dat eruit ziet en wat de mitsen en maren zijn. Er is in het afgelopen jaar een enorme toeloop, wat ik zie als de vrucht van het feit dat we vroeg begonnen zijn met de komst van kleine ondernemers.”

“Het is de bedoeling dat die rol die ik net omschreef in de loop van de tijd wordt overgenomen door de woningcorporaties. Dat is ook vrij logisch, omdat zij er direct baat bij hebben. Ze ontwikkelen woningen die afgezet moeten worden. Dus daar willen de corporaties zelf ook in gaan sturen. Wij hebben het gebied al vijf jaar lang op de kaart gezet, nu mogen zij het stokje overnemen. Als Park Strijp Beheer over

14 augustus 2009

vijftien jaar niet meer bestaat, hebben we het erg goed gedaan. Dat betekent namelijk dat we zo succesvol zijn geweest, dat we onszelf hebben kunnen opheffen.”

“Een doelstelling vanuit VolkerWessels is simpelweg ervaring opdoen. Ik ben zelf woonachtig in Zwolle en ik neem de ervaring die ik hier opdoe mee naar daar. Ik spreek er regelmatig met wethouders over wat hier op Strijp-S gebeurt en we kijken nu of we in Zwolle een soortgelijk concept kunnen toepassen.”

“Het is prachtig wat er nu in het Klokgebouw en het Glasgebouw gebeurt, maar het is wat kortzichtig om te stellen dat het project al geslaagd is. Ik zie die bedrijvigheid meer als een goede eerste stap. Strijp-S is veel te groot voor alleen dat soort kleinschalige initiatieven. Uiteindelijk moet er een groter en breder publiek op afkomen. Daarmee neemt de waarde van het terrein toe en kunnen de gebouwen toegepast worden op de partijen die vallen binnen ‘innovatie, design en technologie’. Dat is het uiteindelijke einddoel.”

“Het liefst willen we bedrijven die aansluiten op alle drie de begrippen. Er moet dan ook een cluster ontstaan, wat een mix is van innovatie, design en technologie. Pik je er eentje uit en leg je het accent op technologie, dan krijg je een soort tweede High Tech Campus. Dat willen we niet. Focus je je op design, dan blijf je hangen in datgene wat in het Klokgebouw gebeurt; een soort designcampus. En kies je voor innovatie, dan wordt Strijp-S een soort megagroot Natuurkundig Laboratorium. Het is juist de mix die het zo spannend maakt en het ene is noodzakelijk om het ander tot een succes te maken.”

Toon de Koning, Spoorzone BV.

Interview afgenomen op maandag 15 juni 2009.

“Spoorzone BV is één van de drie grote ontwikkelaars op het gebied Strijp-S. We hebben een positie verworven van circa 90.000 m², bestemd voor woningen, kantoren, lifestyle-concepten en voorzieningen. De naam zegt het al: Spoorzone is het gebied tussen het Klokgebouw en de kop van Strijp-S, richting het PSV-stadion, dat parallel loopt aan het spoor. Daar gaan we in verschillende plandelen projecten realiseren. Spoorzone BV is een initiatief van VolkerWessels en van mijzelf. Het is

14 augustus 2009

een werkmaatschappij die voor Strijp-S in het leven is geroepen. Ik heb vervolgens de samenwerking gezocht met 3W, een ontwikkelaar uit Maastricht, met wie we samen het project ontwikkelen.”

“Strijp-S is als volgt tot stand gekomen: VolkerWessels koopt samen met de gemeente 27 hectare van Philips. Het bedrag dat daar zes jaar geleden voor betaald werd: 330 miljoen gulden, een prijs die gebaseerd is op een stedenbouwkundig plan. Want je moet eerst een visie hebben voor het gebied. Zoveel kantoren, zoveel appartementen, zoveel bestaande gebouwen, wat kunnen we daarmee? Dan reken je uit wat de grondwaarde is en wat de kosten zijn om te slopen, te saneren, bouwrijp te maken en vergunningen te krijgen. Wat overblijft is je bieding, dat wordt een contract. Als een pand gesloopt is, ga je bouwen.”

“VolkerWessels heeft als doel om via een ontwikkelingstraject te komen tot bouwvolume. VolkerWessels is immers een bouwer, waar ontwikkelen ondergeschikt is aan de bouwproductie. De gemeente zit erbij om kwaliteit te garanderen en procedureel alles voor elkaar te krijgen. Vervolgens is VolkerWessels, in dit geval ik, bezig geweest om grote plandelen te vervreemden. Want VolkerWessels bouwt niet voor eigen rekening 480.000 m². Dat doet niemand in de wereld, het kan eenvoudigweg niet. Deelplannen zijn verkocht aan onder andere Woonbedrijf en Trudo. Maar VolkerWessels wil wel graag zelf meedoen. Geen enkele woningbouwvereniging of belegger in woningen bouwt kantoren. Dus dat doet VolkerWessels zelf in samenwerking met 3W. Op die manier is Spoorzone BV ontstaan uit VolkerWessels.”

“De uitgifte van de eerste kavels in de spoorzone vindt over twee jaar plaats. Het project loopt vervolgens tien jaar door. We beginnen er echter pas aan als een deel van het risico uit het project is. Dat wil zeggen dat we niet met de bouw beginnen alvorens 70 tot 80% van het risico van dat plandeel is weggezet aan een eindgebruiker. Dat kan individueel zijn, als het gaat om verkoopappartementen, of collectief, als het gaat om een project bestaande uit een aantal appartementen die als een bulk worden weggezet bij bijvoorbeeld een woningbouwvereniging of een institutionele belegger. Daar waar het andere voorzieningen, zoals baliefuncties, parkeren en kantoren betreft, geldt dat idem dito. Pas wanneer een kantoor verhuurd

14 augustus 2009

is of verkocht is aan een belegger, wordt er gebouwd. Wij bouwen niet voor de leegstand.”

“Wat is de huidige stand van zaken? 2009 en 2010 is een fase waarin we visies ontwikkelen en een programma van eisen schrijven. Verder doen we stedenbouwkundig onderzoek, proberen we parkeeroplossingen te vinden en hebben we een vergaderfrequentie waarin acties worden gerubriceerd en worden opgepakt door de ontwikkelaars. Vervolgens worden deze in de planning gezet.”

“Bij Spoorzone BV staat niet zozeer de creatieve klasse centraal, maar het begrip ‘leefbaarheid’. Een deel van de leefbaarheid ontstaat door het vermarkten van vierkante meters voor andere doelgroepen dan de creatieve klasse. Trudo is een bij uitstek geschikte ontwikkelaar/belegger voor dat marktsegment, waar zelfgenererende creativiteit plaatsvindt waaruit weer een andere vorm van leefbaarheid ontstaat. Wij richten ons als Spoorzone op het versterken van de leefbaarheid, om straks bewoners een reden te geven om Strijp-S te verkiezen boven andere plekken in of buiten Eindhoven. De kwaliteit van de leefbaarheid bestaat uit een stukje shopping, entertainment, lifestyle en activiteiten rondom de spoorzone. Dit moet de spoorzone helpen haar producten, lees appartementen, te vermarkten.”

“Spoorzone streeft ernaar geen herhaling te worden van Winkelcentrum Woensel, of de binnenstad. Bedrijven op Strijp-S moeten trekkers zijn van een ander volume, een ander thema en een andere branche. Het moeten gebruikers zijn die passen binnen de leefbaarheid waar ik eerder over sprak. Daarom willen we er ook geen hoogbouwwoonwijk van maken. Want hoe wil je drieduizend appartementen aan de man brengen als je herhaalt wat in Gestel, Strijp, Woensel, Stratum en Tongelre (verschillende Eindhovense wijken, PvdH.) ook geschiedt? Je kunt alleen maar een nieuw stadshart maken als je daar iets extra's biedt. Dat doet Strijp-S, omdat er een aantal monumentale fabrieksgebouwen staan. Vergelijk dat bijvoorbeeld met de Lichttoren, ook een oude fabriek annex kantoor, die is omgevormd naar een nieuw leefconcept. Dat heeft afzet gevonden en dat willen we op een ander niveau op Strijp-S herhalen. Dus het nieuwe wonen, het loft-wonen, in een oud complex waar de structuren zichtbaar zijn van historische fabriekspanden. Philips zette deze panden er honderd jaar geleden neer, die historie is niet na te bouwen. De gebouwen zijn doorleefd. Een fabriekspand waar gewoond, gewerkt, geleefd,

14 augustus 2009

ontspannen en gerecreëerd wordt, dat is ons doel, om daarmee leefbaarheid in en om die oude panden te creëren.”

“Het is dus zaak dat we mensen aantrekken. Zowel overdag om er vertier te zoeken, als permanent om er te leven en te wonen. Gepast vertier, op niveau. Het wordt geen sociale wijk, het wordt ook geen middenklassenwijk. De spoorzone is bestemd voor de categorie vanaf de middenklasse tot het hogere segment. Anders kun je geen leefbaarheid bieden met mooie showrooms, mooie hebbedingen en leuke restaurants. Een dergelijk gebied, een kloppend hart waar van alles plaatsvindt, dat trekt mensen. Daar wil men bij wonen. Wij denken dat, wanneer je de lift uitstapt en je direct een park instapt dat veilig, modern aangelegd en mooi verlicht is met Led-verlichting, dat het mensen trekt. Wij beiden hiermee meer dan elders in Eindhoven. Dat is noodzakelijk, want anders lukt het ons niet om in tien jaar 3000 woningen weg te zetten.”

“We zijn professionele ontwikkelaars, dus we weten welke partijen zich het liefst hier willen vestigen. Rondom dit initiatief bedenken we concepten van gebruikers. Is dat een supermarkt, een fietsenzaak, een Harley Davidson-showroom, een spaghettitent, een traiteur, een goed restaurant of een middenklasse restaurant? Kortom, dat soort gebruikers en activiteiten bepalen de leefomgeving, een soort aureool in een gebied. In die sfeer bedenken we gebouwen, bestemd om te wonen en te werken. Dat gebeurt plandeel voor plandeel en per deel zoeken we gebruikers. Dus we gaan niet zitten wachten, maar we zoeken. We scheppen een concept en trekken daarna mensen binnen. We doen niet aan passieve, maar actieve acquisitie.”

“Liverpool, Manchester, Londen, Rotterdam en Amsterdam een beetje... Overal in de wereld worden grote industrieregio's en -steden aangepakt. Er wordt een nieuw programma opgelegd wat aansluit bij de behoefte van nu, voor de komende halve eeuw. Wat zijn die behoeften? Andere openbare ruimtes, parkeren, bereikbaarheid, openbaar vervoer en veiligheid zijn nu belangrijke items. De indeling van de woningen, de gezinssamenstelling, de filosofie van het leven, dat is totaal veranderd. Vroeger had je veel grote gezinnen, nu vooral kleine gezinnen, alleenstaanden en samenwonenden. Vaak twee auto's voor deur. Kortom, men leeft anders. Op basis van de gewijzigde leefomstandigheden en leefbehoeften creëren we een nieuwe wijk

14 augustus 2009

die daarop aansluit. Op de eisen en visie van nu, maar vooruitkijkend naar de toekomst voor de komende vijftig jaar.”

“Clustervorming is voor Spoorzone een belangrijke pijler. We zijn de enige die in dit gebied circa 50.000 m² kantoor bouwt. Vergelijk het met de High Tech campus, waar verschillende gebruikers in een open structuur in moderne gebouwen zitten, afwisselend met een knipoog naar de historie. Dat industriële sentiment willen we handhaven en hier en daar verwerken.”

“Ik hoop mee te maken dat we over vijftien jaar de laatste handeling kunnen verrichten en het project klaar is. Bij dit soort grote herstructureringsopgaven ontstaan in de loop van de tijd verschillende visies. Je werkt met in- en uitstromende architecten. Hetzelfde geldt voor de gebruikers. Maar wat niet verandert, is dat we een aantal grote initiatiefnemers hebben die grondposities innemen. De doelstelling van deze partijen is de kwaliteit van dit stedenbouwkundig plan te realiseren. Die afspraak is gemaakt tussen VolkerWessels, de gemeente, Spoorzone, Trudo en Woonbedrijf en is vastgelegd in een samenwerkingsovereenkomst. Deze overeenkomst wordt bewaakt door ons allen in een soort ‘quality team’, een ‘board of inspiration’ waarin we elkaars werk bespreken en corrigeren en brainstormen om tot een kwaliteitskeurmerk te komen. Op het gebied van openbare ruimte, stedenbouw, architectuur en woon- en werkprogramma.”

Bijlage 2: Vraaglijsten interviews

Robert Schütte, West8

1. Hoe is West8 bij de realisatie van Strijp-S betrokken?
(Waarom West8 gekozen?)
2. Wat zijn de belangen van West8 om te participeren in dit project?
3. Wat is de rol van West8 en van u?
4. Hoe bent u tot het huidige stedenbouwkundige plan gekomen, welk proces wordt er doorlopen?
5. Er is veel theorie over de vorming van 'de creatieve stad', ("new ideas come from old buildings"). Is het beleid dat West8 voert bij de realisatie van Strijp-S gestoeld op bepaalde theoretische visies (Florida, Landry, Jane Jacobs?)?
6. Hoe wordt bepaald welke gebouwen mogen blijven en welke verdwijnen?
7. Wat houdt de rol van supervisor precies in?
8. Voor welke periode bent u betrokken bij Strijp-S?
9. Welke doelstellingen heeft West8 bij de realisatie van dit project?
10. Wanneer is het project volgens u geslaagd?

Sietske Aussems, stichting Trudo

1. Hoe is Stichting Trudo bij de realisatie van Strijp-S betrokken?
2. Wat zijn de belangen van Trudo om te participeren in dit project?
3. Wat is de rol van Trudo en van u?
4. Waarom is er gekozen voor de Driehoek, waarom interessant?
5. Hoe bent u tot het huidige plan gekomen, welk proces wordt er doorlopen?
6. Jaarplan 2009: 'De Driehoek moet groeien en wederom is Trudo de trekker van de programmering.' Hoe doet Trudo dat?
7. Is het beleid dat Trudo voert gestoeld op bepaalde theoretische visies?
8. Hoe wordt bepaald welke gebouwen mogen blijven en welke verdwijnen?
9. Voor welke periode is Trudo betrokken bij Strijp-S?
10. Welke doelstellingen heeft Trudo bij de realisatie van dit project?
11. Wanneer is het project volgens u geslaagd?

Henk Scholte, gemeente Eindhoven

1. Hoe is het idee van de creatieve stad Strijp-S tot stand gekomen?
2. Wat zijn de belangen van Eindhoven om dit project te starten?
3. Website: *"Creativiteit en culturele uitingen worden op Strijp-S deel van de dagelijkse gang van zaken, waardoor de levendigheid 24 uur per dag en 7 dagen per week voelbaar en zichtbaar blijft."*
Waarom is creativiteit zo belangrijk voor de gemeente Eindhoven?
4. Waarom is de creatieve klasse een interessante doelgroep voor de gemeente Eindhoven?
5. Waarom dit project en niet bijvoorbeeld een hoogbouwwoonwijk?
6. Wat is de rol van de gemeente Eindhoven, van Park Strijp Beheer en van u?
7. Hoe bent u tot het huidige plan gekomen, welk proces wordt er doorlopen?
8. Er is veel theorie over de vorming van 'de creatieve stad', ("new ideas come from old buildings"). Is het beleid dat de gemeente Eindhoven voert bij de realisatie van Strijp-S gestoeld op bepaalde theoretische visies (Florida, Landry, Jane Jacobs)?
9. Hoe wordt bepaald welke gebouwen mogen blijven en welke verdwijnen?
10. Is Park Strijp Beheer een organisatie die na de realisatie van Strijp-S blijft bestaan, of is ze alleen gemoeid met de bouw ervan?
11. Welke doelstellingen heeft de gemeente bij de realisatie van dit project?
12. Wat is volgens u het nut van een clustervorming van creatieve personen en bedrijven?
13. Wanneer is het project volgens u geslaagd?

Thijs van Dieren, VolkerWessels en Credo

1. Hoe is de betrokkenheid van VolkerWessels bij het project Strijp-S tot stand gekomen?
2. Wat zijn de belangen van VolkerWessels om in dit project in te stappen?
3. Waarom is de creatieve klasse een interessante doelgroep?
4. Waarom dit project en niet bijvoorbeeld een hoogbouwwoonwijk?
5. Wat is de rol van VolkerWessels, van Credo en van u als Project Manager?

14 augustus 2009

6. Wat is de relatie tussen VolkerWessels en Credo?
7. Hoe bent u tot het huidige plan gekomen, welk proces wordt er doorlopen?
8. Er is veel theorie over de vorming van 'de creatieve stad', ("new ideas come from old buildings"). Is het beleid dat VolkerWessels voert bij de realisatie van Strijp-S gestoeld op bepaalde theoretische visies (Florida, Landry, Jane Jacobs)?
9. Hoe wordt bepaald welke gebouwen mogen blijven en welke verdwijnen?
10. Is Park Strijp Beheer een organisatie die na de realisatie van Strijp-S blijft bestaan, of is ze alleen gemoeid met de bouw ervan?
11. Welke doelstellingen heeft VolkerWessels bij de realisatie van dit project?
12. Wat is volgens u het nut van een clustervorming van creatieve personen en bedrijven?
13. Wanneer is het project volgens u geslaagd?

Toon de Koning, Spoorzone BV.

1. Hoe is de betrokkenheid van Spoorzone bij het project Strijp-S tot stand gekomen?
2. Wat zijn de belangen van Spoorzone om in dit project in te stappen?
3. Waarom is de creatieve klasse een interessante doelgroep?
4. Waarom dit project en niet bijvoorbeeld een hoogbouwwoonwijk?
5. Wat is de rol van Spoorzone binnen het project Strijp-S?
6. Hoe bent u tot het huidige plan gekomen, welk proces wordt er doorlopen?
7. Er is veel theorie over de vorming van 'de creatieve stad'. Is het beleid dat Spoorzone voert bij de realisatie van Strijp-S gestoeld op bepaalde theoretische visies?
8. Blijft Spoorzone na de realisatie van Strijp-S betrokken bij het terrein, of is ze alleen gemoeid met de bouw ervan?
9. Welke doelstellingen heeft Spoorzone bij de realisatie van dit project?
10. Wat is volgens u het nut van een clustervorming van creatieve personen en bedrijven?
11. Wanneer is het project volgens u geslaagd?