



RUIG EN GOED

15 JAAR
GEBIEDS-
ONTWIKKELING
PIUSHAVEN
TILBURG

RUIIG EN GOED

15 JAAR
GEBIEDS-
ONTWIKKELING
PIUSHAVEN
TILBURG

5	VOORWOORD
7	TIJDLIJN
9	PIUSHAVEN
11	1 VAN PROCES NAAR BOUWKRANEN
21	2 WAT ZIE JE ALS JE KIJKT?
29	3 DE WEG VAN Aa NAAR Bé
39	4 RODE WIJK IN EEN GELE STAD
49	5 MET LOSSE HANDEN AAN HET ROER
59	6 VELE KAPITEINS IN DE HAVEN
69	7 WAT ALS HET AF IS?
77	LIJST MET GEÏNTERVIEWDEN
78	COLOFON



Tilburgers gaven in 1867 de weg van Hilvarenbeek naar het Ven spontaan de naam Piusstraat en zo is het gebleven. In 1923 kwam er ook een Piushaven. Een “pauselijke haven” en misschien wel de enige Piushaven op de wereld. Het betreft Pius IX, de paus van de onfeilbaarheid, in een tijd waarin jonge kerels uit alle landen opgeroepen werden om het kerkelijke Rome als zouaven te verdedigen; tientallen Tilburgers gaven er gehoor aan.

Hoewel in structuurplannen zoals die van 1976 en 1990 is gerept van een “recreatieve ontwikkeling”, bleef het gebied rond de Piushaven lang in diepe slaap. Maar sinds 2001 is er heel veel ten goede veranderd. Als een Doornroosje is het gebied tot leven gekust. Daarover gaat dit boek, én over spontane Tilburgers en de (on)feilbaarheid van plannen.

Vanuit verschillende invalshoeken komt het fascinerende proces van stedelijke ontwikkeling op tafel. Van plannen maken en plannen uitvoeren. Van wat vanzelf ging, werd uitgelokt en van wat werd afgedwongen. Van de rol van het toeval, wanneer “in één weekend alles op zijn plaats valt”.

Maar is een veranderende stad eigenlijk niet als een rivier? Je kunt stuwen en dammen bouwen, of niets doen, maar het water stroomt gewoon verder. Zijn succesvolle plannenmakers dan meer trendwatchers, die een onfeilbare neus hebben voor wat er onvermijdelijk gaat gebeuren? Een collega—zaliger gedachtenis—zei daarover: “Plannen houden alleen maar tegen wat uiteindelijk tóch gaat gebeuren...”

Verworden plannen dan soms alleen maar tot concepties—achteraf, door geschiedvervalsing van de ontwikkelingen die zich voordeden?

Het structuurplan voor de oude stad van 1976 worstelt al met de maakbaarheid. Het begrip ‘procesplanning’ wordt uitvoerig tegenover de blauwdrukplanning gezet. De euforie over de snelle grote stadsuitbreidingen stak schril af bij het geploeter op kleine stukjes binnenstad. Zelfs “het afzagen van iemands poten” hielp daarbij niet.

Rond de Piushaven is in korte tijd veel bereikt. Hoe kan dat? Waren het dan toch de spontane initiatieven van bewoners en ondernemers die het verbor-gen vuur hebben aangeblazen? Maar wie maasde de rode draad in dit netwerk van gebeurtenissen? En wie trekt de rode draad door naar de toekomst?

Wanneer goede (!) muzikanten wordt gevraagd om in het wilde weg samen te gaan spelen, ontstaat er een kakafonie. Maar geleidelijk versmelten hun toonaarden, ritmes en melodieën tot een wel-luidend geheel. Dat is misschien het geheim dat dit boek gaat verklappen: hoe goede muzikanten samen muziek maken.

En tenslotte: ‘stad’ is geen dood ding maar zij stroomt, net als muziek. Muziek moet doorspelen. Als je haar stopt, hoor je niets meer. Dan rest de stilte van het niets.

Jaap Vromans

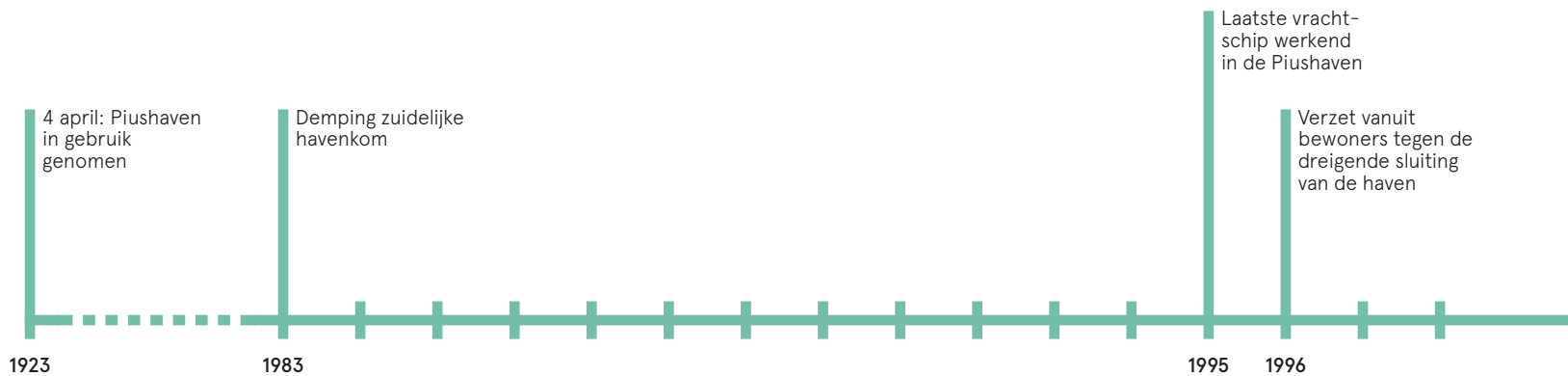
stadsplanner in Tilburg (1972–2005)

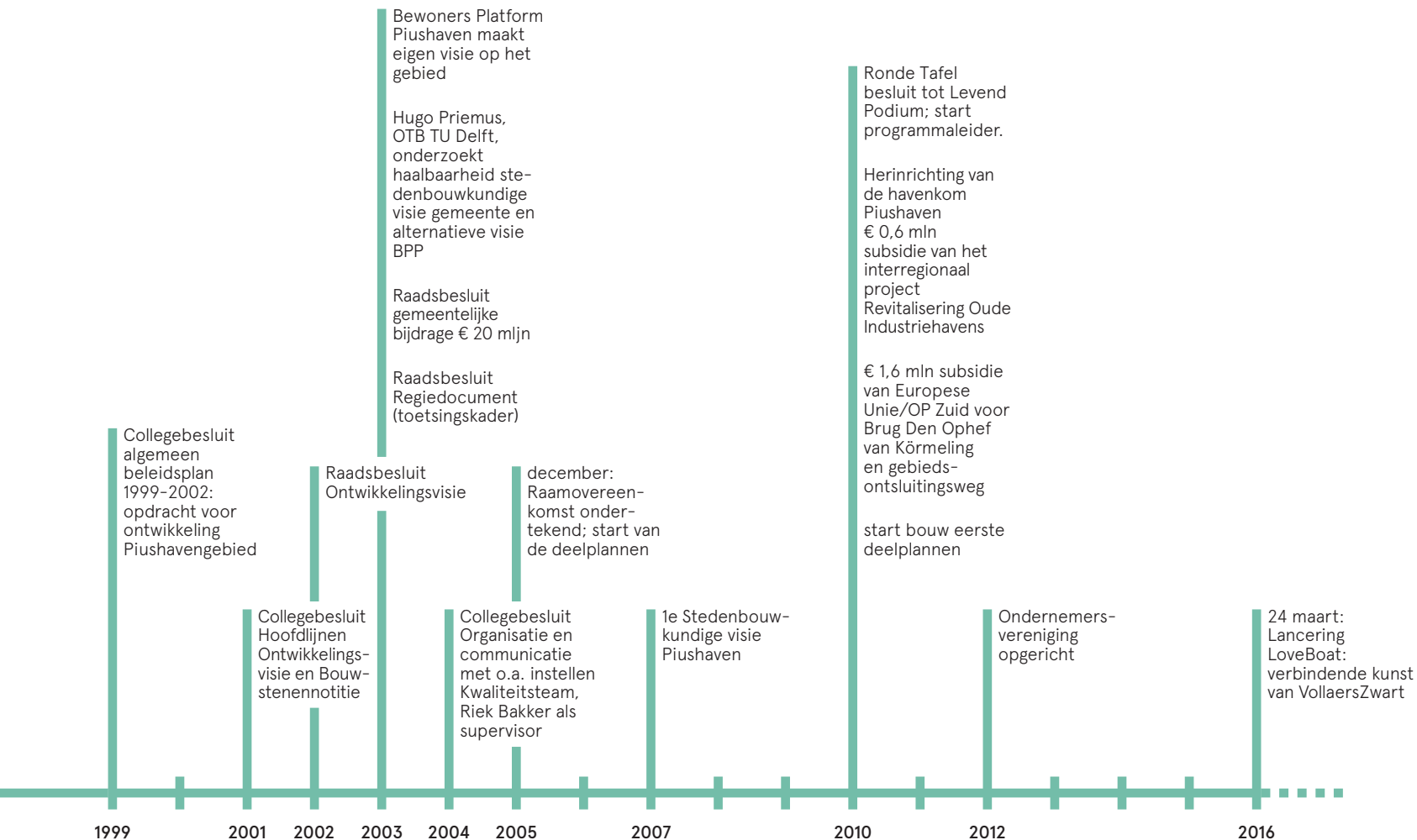


De Piushaven
in de jaren '30
(uitzicht vanuit
Café Havenzicht)

TIJDLIJN

P 6





1500 nieuwe woningen verwacht

568 woningen gereed in 2016

132 woningen in verkoop in 2016

sociale woningbouw:

20%

marktsector woningbouw:

80%

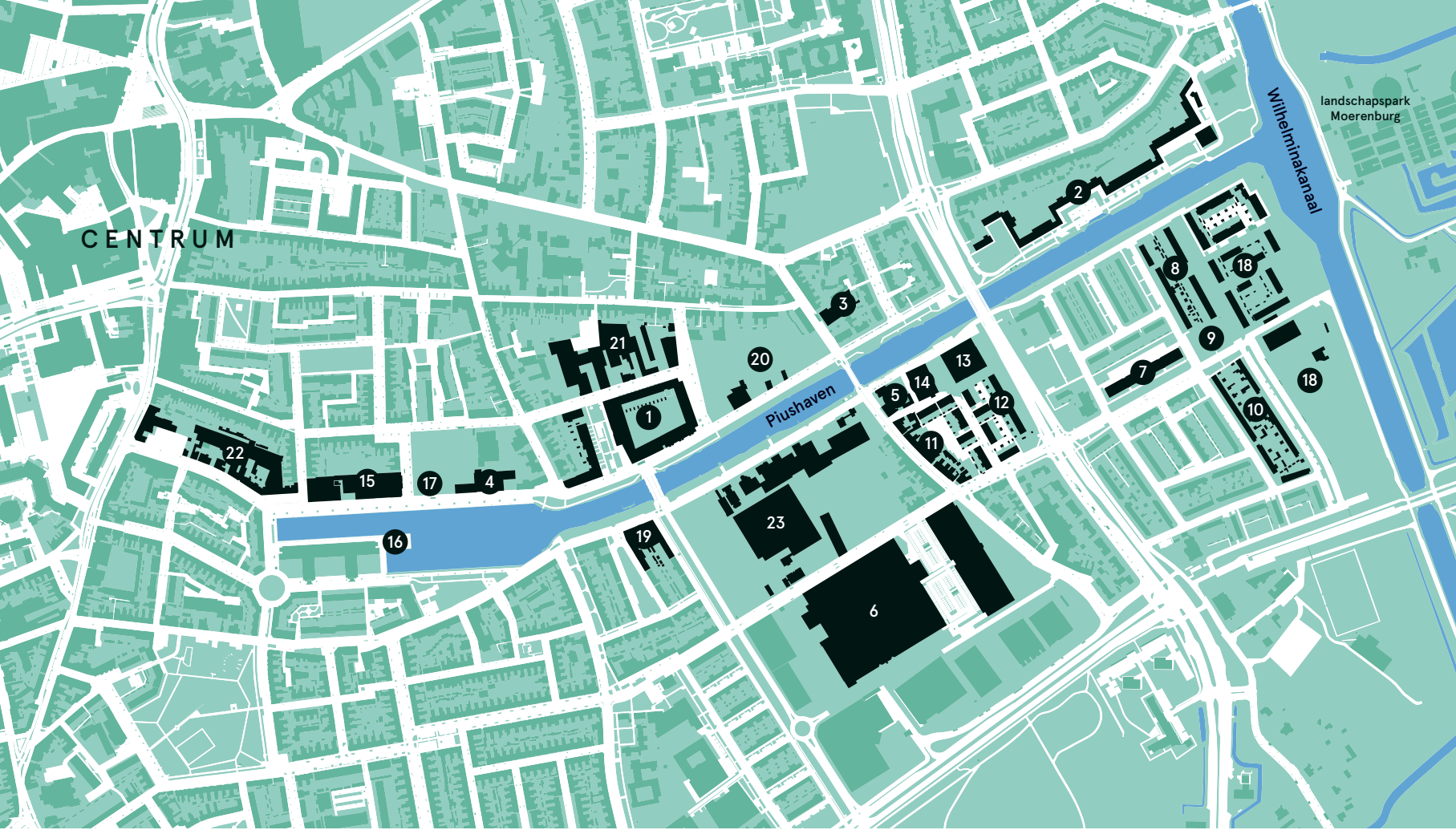
gestapelde woningbouw:

50%

grondgebonden woningen:

50%

- 1 **HAVENMEESTER**
Van der Weegen, corporatie
WonenBreborg
woningen: 237
publieksfunctie: 1400 m²
- 2 **DE WERF**
Triborgh
Gebiedsontwikkeling
woningen: 99
publieksfunctie: 140 m²
- 3 **GEZONDHEIDSCENTRUM**
Van Helden & Thomas
publieksfunctie: 2100 m²
- 4 **DE ADMIRAAL**
Van der Weegen, corporatie
woningen: 24
publieksfunctie: 2300 m²
- 5 **VILLA PASTORIE
BED & BREAKFAST**
publieksfunctie: 500 m²
- 6 **AaBé FABRIEK**
Bouwinvest, Rialto
publieksfunctie: 28000 m²
oplevering: 2014–2017
- 7 **HOUBENSTAETE
(JERUZALEM)**
Corporatie: Tiwos
woningen: 54
- 8 **TWENTESTRAAT NOORD
(JERUZALEM)**
Corporatie: Tiwos
woningen: 24
oplevering: 2016
- 9 **TWENTESTRAAT VELUWE-
STRAAT (JERUZALEM)**
Corporatie: Tiwos
woningen: 25
oplevering: 2017
- 10 **TWENTESTRAAT ZUID
(JERUZALEM)**
Corporatie: Tiwos
woningen: 22
oplevering: 2016
- 11 **LOURDESPLEIN FASE 1**
Van de Ven Bouw
& Ontwikkeling
woningen: 42
- 12 **LOURDESPLEIN FASE 2**
Van de Ven Bouw
& Ontwikkeling
woningen: 16
oplevering: 2017
- 13 **LOURDESPLEIN FASE 3**
Van de Ven Bouw
& Ontwikkeling
woningen: 77
oplevering: 2017
- 14 **IJZERGIETERIJ**
Krens Ten Brinke
woningen: 18
publieksfunctie: 130 m²
oplevering: 2016
- 15 **PIUSHAVEN 20/21**
publieksfunctie: 1800 m²
- 16 **RESTAURANT OP PIER**
Orion
publieksfunctie: 150 m²
oplevering: 2017
- 17 **STADSKADE**
BPD gebiedsontwikkeling
woningen: 49
oplevering: 2017
- 18 **AAN DE WATERKANT**
Triborgh
Gebiedsontwikkeling
woningen: 297
oplevering in fasen
vanaf 2015
- 19 **WOLSTAD**
Triborgh
Gebiedsontwikkeling
woningen: 20
- 20 **SPINAKER**
woningen: 126
- 21 **GALJOENSTRAAT NOORD**
Van der Weegen, e.a.
woningen: 79
- 22 **KOOPVAARDIJSTRAAT**
diverse ontwikkelaars
woningen p.m.
- 23 **FABRIEKSKWARTIER
NOORD**
Triborgh e.a.
woningen: 294





VAN PROCES NAAR BOUWKRANEN

1

In 2001 nam de gemeenteraad van Tilburg een belangrijk besluit: Het verouderde industrieterrein Piushaven moest een levendig woongebied worden. Vlak bij het centrum, maar met een eigen karakter en uniek door het water dat erdoorheen stroomt. Er werd 20 miljoen euro vrijgespeeld om dit mogelijk te maken. Hoewel het niet het eerste plan was rond de Piushaven—het havengebied was nog maar nipt gered van een roemloze toekomst als invalsweg—bleek dit besluit het begin van een dynamisch proces, sterk gekleurd door initiatieven van bewoners, schippers, ondernemers, ontwikkelaars en de gemeente zelf. Dit proces is nog niet af, maar heeft al wel geleid tot een mozaïek aan projecten, aaneengeregen door het water. Deze publicatie viert het kristallen huwelijk tussen de gebiedsontwikkeling Piushaven en Tilburg.

In zeven artikelen kan de lezer proeven aan de aard en energie van het gebied. Dit eerste artikel vormt daarvoor een soort *genus loci*: waar drijven de identiteit van Piushaven en het ontwikkelingsproces op?

De Piushaven als gebied kent uiteraard een veel langere geschiedenis dan de gebiedsontwikkeling van de afgelopen vijftien jaar. In de jaren '20 werd de haven aangelegd als zijtak van het Wilhelminakanaal. Hij was bedoeld voor industrie die gebruik maakte van transport over het water. In de jaren '50 kwam echter de vrachtwagen steeds meer in zwang en die paste niet door de nauwe straatjes in het Tilburgse havengebied. Bedrijven trokken weg en rond 1981 was een groot deel van de haven al niet meer in gebruik. De gemeente had op dat moment grond nodig voor sociale woningbouw en besloot een deel van de havenkop te dempen en in erfpacht uit te geven aan Woonzorg Nederland. Zo kwam er in 1984 een complex met 120 sociale huurwoningen, dat inmiddels vloekt met de rest van het gebied.

De gemeente maakte een masterplan om het gebied voor woningbouw te gaan ontwikkelen en in een regiedocument uit 2003 werd deze visie bekrachtigd. Er zouden 2500 woningen komen en ook moest de openbare ruimte en de toegankelijkheid van de haven ingrijpend worden aangepakt. De gemeente wilde dat samen doen met projectontwikkelaars—dat

moest ook wel, want er was bijna geen gemeentelijk grondeigendom in het gebied—en sloot in 2005 een overeenkomst met hen. Rond die tijd werd ook een nieuwe projectleider aangesteld, Thérèse Mol. "Toen ik begon, waren er al vijftien jaar wisselende projectleiders geweest. De toenmalige directeur, Adri van Grinsven, zei bij mijn aantreden: 'proces, proces, proces en bouwkransen.'" Van Grinsven bedoelde hiermee dat Piushaven één groot proces is, van een actiegroep voor elke boom tot aan het contact met de bewoners, schippers en projectontwikkelaars. "En de stad wilde eindelijk bouwkransen



zien”, zegt Mol. Er was vóór die tijd veel gepraat en het werd tijd voor actie. Piushaven moest een uitnodigend, fraai, maar niet-aangeharkt woongebied worden.

Van maken naar ontstaan

Plekken die ontstaan voelen aangenamer dan gebieden die we maken. Een gebiedsontwikkeling die planmatig met nieuwbouw is opgezet, ervaart men als minder prettig dan een gebied waarvan je het gevoel hebt dat het organisch is gegroeid. Ontstaan is geleidelijker en gebruikt wat er al is. Het houdt het karakter in stand en de kunst is om iets passends toe te voegen dat het bestaande tenminste in haar waarde laat, of beter: weer nieuwe glans geeft. Het zijn die verschillende lagen geschiedenis van een gebied die je terugziet en die mensen als prettig ervaren. Een gebied dat af is of waar de historie is toegevoegd via Efteling-achtige ingrepen, kan zich misschien wel verbinden met zijn gebruikers, maar slechts eendimensionaal. Aan een gebied zoals het Paleiskwartier in Den Bosch is te veel aandacht gegeven; de balans is doorgeslagen naar nieuwbouw, waardoor alles moet komen van een nieuwe identiteit. De gelaagdheid is verdwenen. Zo’n gebied laat een harde scheidslijn zien tussen de nieuwe invulling en het verleden. De gebruiker ervaart dat als een missende ziel. Tegelijkertijd zorgt nieuwbouw ervoor dat alles voor jaren vastligt en daarmee wordt het gebied als statisch ervaren. Het vergt eerst enorme moed om dat te onderkennen en vervolgens middelen om dat aan te pakken.



In Piushaven is ook ooit sprake geweest van een gefixeerde, planmatige aanpak. Ludo Hermans, stedenbouwkundige bij de gemeente Tilburg, vertelt dat de plannen tijdens het ontwikkelen van het gebied sinds 2003 flink zijn gewijzigd. Het oorspronkelijke plan om 2500 woningen te realiseren is aangepast naar 1500 en hiervan is nu ongeveer de helft af. “Eerst werd gerekend met alleen maar appartementen. In de loop der jaren zagen we dat de Tilburgse woningmarkt en het gebied Piushaven hiervoor niet geschikt waren. Toen de crisis kwam, zat er helemaal geen beweging meer in de markt voor

appartementen.” Uiteindelijk kwamen er minder appartementen en meer eengezinswoningen in Piushaven en dat heeft ertoe geleid dat het bouwprogramma een stuk kleiner en diverser is. “We letten op dat de projecten in het gebied blijven passen”, zegt Hermans. “Vinex-locaties met een plusje, zoals ik ze noem, horen hier niet.” Mol ziet die diversiteit als de kracht van het gebied. “Het zijn heel verschillende woongebieden, met verschillende producten”, zegt ze. “Je kunt landelijk wonen, grondgebonden, in hoogbouw, stedelijk wonen, allemaal binnen Piushaven.” Er wonen ook allerlei verschillende soorten mensen, zegt ze: “Jonge gezinnen, mensen van wie de kinderen uit huis zijn en die terug de stad in willen, spijtoptanten uit de Reeshof, die was je anders allemaal kwijt. Nu wonen ze hier”.

Nog steeds is het aantal woningen per hectare in Piushaven hoger dan in de wijken er omheen. Daarom is het volgens stedenbouwkundige Hermans belangrijk dat gemeente en ontwikkelaars samen investeren in de openbare ruimte in het gebied. Mensen wonen dicht op elkaar en hebben daarom meer behoefte aan een goede openbare ruimte. “Dat is de Piushaven zelf”, zegt hij. Hij heeft daarom ook ingegrepen in de originele plannen om alle oude gebouwen plat te gooien. Nu is een aantal van die gebouwen herontwikkeld, en staan er bijvoorbeeld nog oude loodsen en fabrieksgebouwen. Er is een

geheel ontstaan van kleine en overzichtelijke deelplannen in dit enorme gebied. En toch is het geen brei, geen optelsom van allerlei willekeurige ideeën. De samenhang is sterk. En de belangrijkste basis voor die samenhang is uiteraard het water.

Het water als barrière

Het water heeft verschillende betekenissen, zo wordt duidelijk uit de interviews die voor deze publicatie zijn gehouden. Het is niet gemakkelijk om deze betekenissen te vatten. Uiteraard was het lange water eerst vooral een enorme barrière tussen buurten, ondanks de twee bestaande bruggen. Het viaduct van de Ringbaan Oost verheft zich ver boven alles en brengt je niet in de haven. De kleine draaibrug, met de brugwachter, werkt eerder als een flessenhals. Ook voor bewoners van de noord- en zuidzijde was de haven een waterscheiding. Tussen Armhoef en Jeruzalem, aan weerszijden van het water, bestonden enorme culturele verschillen. Bewoners die zich in de beginjaren van de gebiedsontwikkeling druk maakten om een teveel aan woningen, woonden vooral in Armhoef. Zij vonden woningbouw op zich een prima idee, maar dan niet aan hun kant van de haven.

De barrièrevorming is door de door iconische brug ‘D’n Ophef’ plotsklaps weg. “Samen met bewoners hebben we een geïllustreerd programma van eisen gemaakt voor een brug die de twee kanten van de haven moest

verbinden, zegt Mol. Het was een inspiratiebron voor John Körmeling, de architect van de brug.” Het effect van deze ingreep is enorm. Er zijn nieuwe routes ontstaan en de wijk Fatima is nu opeens deel van de Piushaven geworden.

Persoonlijke ruimte

Water heeft zo ook de functie van verbinding en het scheppen van een noodzakelijke, eigen individuele ruimte, zo blijkt als we kijken naar de branding van het gebied en van projecten. Bijna alle bouwprojecten zijn gericht op het water en verhouden zich tot de haven, maar ze zijn allemaal sterk verschillend. De ruimte die een individueel bouwproject nodig heeft, is vergelijkbaar met de persoonlijke ruimte die mensen om zich heen nodig hebben om zich comfortabel te voelen. Hoe groter het verschil tussen oud en nieuw en tussen de verschillende projecten, hoe meer ruimte er nodig is om die verschillen te kunnen overbruggen en het geheel als harmonieus te ervaren. Het water vormt deze ruimte.

In gesprekken met bewoners, en bijvoorbeeld met architect Körmeling, wordt duidelijk dat de ruigte van Piushaven nog steeds heel bepalend is voor de sensatie. Gelukkig is afgestapt van het grootschalige bebouwen van de kades met louter appartementen. De keuze die is gemaakt om deel voor deel afzonderlijk te ontwikkelen en het masterplan los te laten, is een goede geweest. Het zou ook jammer

zijn om er een geheel van te willen maken via de stenen; het geheel is een geheel door het water. De verrassing zit 'm in de iconen, de speldenprikken die je tegenkomt op een rondwandeling. De ruigte en puurheid is blijven bestaan doordat oud en nieuw elkaar niet in de weg zitten. Daarnaast is het verhaal van de Piushaven niet één verhaal en zeker niet een puur gemeentelijk verhaal. De gehouden interviews laten doorklinken dat ook in de ervaringen van betrokkenen een mozaïek herkenbaar is, van verschillende belevenissen, successen en ambities. De een vindt de toename van horeca geweldig, de ander is bezorgd over overlast. Een succes heeft vele vaders en vele vertellingen.

Meebewegen en overleggen

Een manier om de goede keuzes te maken, is de samenwerking tussen bewoners, ondernemers, ontwikkelaars en gemeente. Soms lijkt dat net een spel, met spelregels over hoe je met elkaar omgaat. Het is een succesfactor in Piushaven, volgens Mol, maar het ging niet altijd even harmonieus. In 2003 maakt het BPP, het Bewoners Platform Piushaven, een eigen stedenbouwkundige visie, waar alle appartementen naar de zuidkant van de haven gingen en de noordkant erg dun bewoond bleef. Het plan bleek niet haalbaar, maar de bewoners kregen wel een stem in de regiegroep met alle ontwikkelaars, waardoor ze ook ontwikkelingen konden tegenhouden. Mol zegt: “De zorg van bewoners was wel begrijpelijk, want in

**Tilburg heeft zijn kernwaarden onlangs
nog eens tegen het licht gehouden.
In een Krachtenbundel—“Bidbook
van de Tilburgse Binnenstad”—staan
ze opgesomd: experimenteel, sociaal
en daadkrachtig. En ze kloppen
helemaal voor de Piushaven!**

de eerste plannen zou er te veel hoogbouw komen, tegen lage huizen aan. Maar het heeft mij jaren gekost om de bewoners in een meer passende adviesrol te krijgen.”

Nu hebben de bewoners gekwalificeerd adviesrecht bij alle projecten en ook bij veranderingen in de openbare ruimte. Hun ideeën worden serieus genomen en als ze worden afgewezen moeten de gemeente en de ontwikkelaar motiveren waarom. De regiegroep werd—zonder bewoners—omgevormd tot de Ronde Tafel, een afstemmingsoverleg waar alleen besluiten worden genomen over gebieds-promotie en Levend Podium, de stichting die activiteiten organiseert in de wijk. De inzet van bewoners en zeker ook ondernemers in Levend Podium en in andere activiteiten in het gebied is een van de dingen waar het karakter van Piushaven op drijft. Het is ook terug te zien als er geen activiteiten zijn. Zo werd onlangs nog de Love Boat gepresenteerd, een drijvend lichtkunstobject dat in de haven ligt.

Van Oost naar West

Het Ronde Tafel-overleg, met supervisor Riek Bakker als voorzitter, is nuttig omdat een andere belangrijke keuze in de gebiedsontwikkeling is geweest om elk plan zijn eigen fasering te geven. “We hadden ervoor kunnen kiezen om van Oost naar West, of Noord naar Zuid te gaan ontwikkelen”, zegt Mol. “Godzijdank hebben we dat niet gedaan, dan hadden projecten op elkaar moeten wachten en



was er veel minder gerealiseerd. We denken bij de gemeente nu meer als een spin in het web. Eerst lag er voor het gebied een document waarbinnen de plannen ontwikkeld mochten worden en waarvan we dachten: ‘we gaan achterover hangen, we zien de plannen wel komen.’ Zo werkt het niet, we zijn gaan meebewegen met de vastgoedmarkt, de dialoog aangegaan en hebben gekeken wat er wél kan. De Ronde Tafel is een voorbeeld van die dialoog.” Het overleg is een plaats waar al die zelfstandig werkende projectontwikkelaars elkaar kunnen spreken, zodat de projecten geen eilandjes worden. Dit soort overleg is bijzonder voor dergelijke gebiedsontwikkelingen en typisch voor de Tilburgse aanpak.

Op deze manier krijgt iedereen de ruimte om zich het gebied eigen te maken. Dat begon al bij het mobiliseren tegen demping van de haven, maar het “blijf van onze Piushaven af” klonk ook door in het verzet tegen de eindeloze woonkazernes zoals die oorspronkelijk gepland waren aan de oevers. Nu zien we op de jaarlijkse opruimdag vele bewoners in de weer met prikstok en vuilnisbak, om ‘hun’ Piushaven proper te maken. En ook in de kansen die ondernemers hebben gepakt om zich in het nog grauwe gebied te vestigen en er een eigen plek van te maken, zit eigenaarschap. Eigenaarschap heeft vele vormen; actief burgerschap is er één en ondernemerschap is een andere. De vraag is of je ook te veel eigenaren kunt hebben. Paradoxaal is dat de formele eigenaren, de vastgoedpartijen in hun ‘hit-and-run’-praktijk vaak juist geen eigenaarschap laten zien. Eerlijk is eerlijk, hun doel in het leven is vooral om geld te maken van waarde. Vastgoedpartijen hebben ruimte nodig om hun werk te doen en zonder hun werk heeft een gebied als Piushaven geen economische kurk. Maar als je ze te veel hun gang laat gaan ligt eenvormigheid op de loer en daar wordt ook niemand beter van. Zij moeten dus eigenlijk net zoals de schippers, bewoners en ondernemers geloven in de heterogeniteit van het gebied als kenmerkende kwaliteit, zodat ze hun plannen ook een beetje genuanceerd, flexibel en speels maken. Het artikel over de winkelontwikkeling van het AaBé-complex laat zien hoe dit in de praktijk werkt.

Ik woon in Piushaven

“Bewoners wonen echt in het gebied Piushaven, niet in ‘De Matroos’ of ‘De Haven-meester’”, zegt Mol. Het “wij-gevoel”, zoals ze het noemt, komt volgens haar vooral door Levend Podium. “Wij als ontwikkelaars en gemeente hebben het Levend Podium als motor van de gebiedspromotie opgepakt op advies van Riek Bakker. Sociaal-culturele activiteiten zijn belangrijk”, zegt ze. “We hebben een programmaleider aangesteld en een budget voor vijf jaar gegeven. De ontwikkelaars zagen in die periode dat de levendigheid in het gebied hun verkoop goed deed en besloten tot verlenging van financiële bijdrage.”

Piushaven is een som der delen geworden. Momenteel staan er maar liefst vijf bouwkransen. Er komt een punt dat de ontwikkeling van het gebied zover gevorderd is dat het officieel geen gebiedsontwikkeling meer is. “Daarna blijft er misschien een enkel project over dat niet af is”, zegt Mol. “Dat mag een projectleider van dat specifieke project dan afronden.” Voor die tijd ziet Mol uit naar de voltooiing van een aantal grote projecten. Bijvoorbeeld die van het AaBé-complex. “Dat wordt heel erg mooi”, zegt ze. Er liggen volgens haar ook nog best wat uitdagingen, zoals de vraag wat er moet gebeuren met de ontsierende busremise op een locatie die nog tot ontwikkeling moet komen. Dit weerhoudt Mol er niet van om ook kleine successen te vieren. “Ik zie op straat dat het lukt, daar haal ik mijn energie uit.”



**WAT ZIE JE
ALS JE KIJKT?**

2

Tilburg, de zesde stad van Nederland, wordt in de rest van het land nog vaak gezien als één van de lelijkste van ons land. John Körmeling zei ooit dat Tilburg niet te beschrijven is in termen van 'mooi' of 'lelijk': "Tilburg is vooral een goede stad. Er kan heel veel. Van alles door elkaar". Piushaven is een gebied dat dit laat zien. Körmeling noemt het "een ruig, goed gebied". Het was een haven die nooit helemaal tot wasdom kwam en werd een woongebied dat bruisend en aantrekkelijk moet zijn voor bewoners en bezoekers. Hoe is het gezicht van het gebied meeveranderd en wat doen die veranderingen met het karakter?

Piushaven heeft weinig gemeen met veel hippe, industriële 'hipsterhavens', zoals die in Europese steden op de kaart worden gezet. Het 'rauwe' karakter van zo'n haven lijkt in de Piushaven te ontbreken, misschien doordat het ook nooit een echte haven is geweest. Met een kritische blik is in de uitstraling van het gebied zelfs een vorm van 'disneyficering' te signaleren; de schepen die vandaag de dag in de haven liggen en moeten verwijzen naar de rijke historie van de haven, hebben er in werkelijkheid vroeger nooit gelegen. Er zijn geen sporen van laad- en losfaciliteiten te bekennen. In feite was Piushaven een shabby, slecht ontsloten bedrijventerrein, zonder enige aansluiting met de stad. Vandaag de dag wordt de Piushaven omschreven als 'horecahotspot', 'bruisende haven' en 'aantrekkelijk stap- en winkelgebied'. Is dit terug te zien in de aankleding en materialisering van het gebied? Welk gevoel brengen de gebouwen, straten en stenen van Piushaven over op bewoners, ondernemers en bezoekers van het gebied?

Prettig rommelig

We maken een wandeling door Piushaven. Het verblijfsklimaat van de herontdekte haven is uniek in Tilburg en omgeving. Er hangt een gemoedelijke sfeer. Hoe divers en haast 'rommelig' de bebouwing aan de kades ook mag zijn, het water zorgt voor samenhang. De verschillen in karakter en identiteit van de wijken in het 'achterland' zie je terug in de straten van Piushaven. Het gebied heeft



een heterogene identiteit; ze is als een mozaïek, samengesteld uit de verschillende kleuren en vormen die herkenbaar zijn in de omliggende buurten. Dit mozaïek leidt tot een prettig ensemble en veel verschillende soorten bewoners en ondernemers kunnen zich hierin vinden.

Piushaven biedt haar bezoekers dan ook geen weidse uitzichten over het water, maar

een kijk op de gezellig ogende stadskades aan de overzijde. Lopend over de oevers kom je langs terrassen, cafés, restaurantjes en concept stores, die voor reuring in het gebied zorgen. Op alle tijdstippen van de dag is de haven een levendig tafereel door de gemengde functies: werken, wonen, stappen, verblijven. Aan het water staat een enkel monumentaal ogend pand, afgewisseld met dynamische gevels van nieuwbouw en vervallen of opgeknapte industriële panden, onderbroken door woningbouw. De bebouwing is stedelijk, maar vanaf de oude draaibrug naar het oosten krijgt deze iets landelijks; een gebied gelegen in de 'luwte van de stad'. Vanaf dit punt gezien lijken de stadskades opeens meer op groene oevers, met wandelpaden langs het riet. Het landelijke beeld wordt nog eens versterkt door de stadsmoestuin en het terrein waar twee nieuwsgierige Schotse Hooglanders de voorbijgangers begroeten.

Rafelrandje

Lopend langs de kade valt het oog op de nieuwe brug. John Körmeling ontwierp de brug en noemde hem zelf de 'Welcome's bridge', de 'Ontmoetingsbrug', verwijzend naar het feit dat de brug zo open gaat dat de wachtenden aan beide zijden elkaar en de schepen kunnen zien. De Tilburgers gaven de constructie in een referendum een nieuwe naam en dat werd D'n Ophef.

Körmeling deed mee met de prijsvraag voor het ontwerp van de brug, naar eigen zeggen

omdat hij graag meedoet aan wedstrijdes: "Ik heb winnen als hobby". Waarom zijn ontwerp won? Alles is boven de grond, het was daardoor een goedkoop ontwerp, rechttoe-rechtaan, passend bij Piushaven. De brug verbindt niet alleen beide kades, maar is ook onderdeel van de nieuwe gebiedsontsluitingsweg naar het centrum. Daarmee is de brug zowel een iconisch anker in de haven als de centrale schakel in de nieuwe route naar de stad.

Theehuis in brugkamer

De brug die zo belangrijk is voor de verbinding met de stad lijkt op een klassieke kraanconstructie maar met een vervreemdende, glanzende brugkamer op de plaats van het gebruikelijke contragewicht. Voorbijgangers en -vaarders kunnen er niet omheen; dit is de 'Poort van Tilburg'. De brug verbindt de drie elementen die de haven zo bijzonder maken: de voelbare historie, het eigentijdse gevoel dat er hier 'iets gebeurt' én een voorproefje van het eindresultaat van de gebiedsontwikkeling. We werpen samen met Körmeling nog een blik op zijn brug. Hij is iemand van de 'eerlijkheid van het beeld', een bouwwerk mag zijn functie gerust uitstralen, zoals we dat ook terugzien in zijn brug. Hij zou graag zien dat de brugkamer ook wordt gebruikt, bijvoorbeeld als theehuis dat de brugwachter in zijn vrije tijd zou kunnen runnen.

Körmeling wijst naar enkele megafoons en legt uit dat brugwachter Piet ons daarmee kan toespreken. De brug is ook uitgerust met

De brug die zo belangrijk is voor de verbinding met de stad lijkt op een klassieke kraanconstructie maar met een vervreemdende, glanzende brugkamer op de plaats van het gebruikelijke contragewicht. Voorbijgangers en -vaarders kunnen er niet omheen; dit is de 'Poort van Tilburg'.



camera's, dus wees gewaarschuwd, "Piet ziet alles!". Het staal van de brug is dikker dan in zijn oorspronkelijke ontwerp, maar eigenlijk geeft dat de brug wel "iets grappigs", zegt hij. "Het is een soort spierbundel, een beetje macho." De lampen verwijzen niet alleen naar de Tilburgse kermis, maar zijn ook daadwerkelijk ingekocht bij een "kermisman". De brug is overigens in zijn geheel geïnspireerd op een kermisattractie, 'de draaiende bank'. Ooit zag Körmeling deze attractie op de Tilburgse kermis, pal voor een appartementengebouw, waarbij de mensen in de attractie bijna over de balkons naar binnen vlogen, "geweldig!". Een vergelijkbaar effect heeft hij weten na te bootsen met zijn brug ten opzichte van appartementencomplex De Havenmeester. De buurt reageerde goed op zijn ontwerp, de sfeer in het gebied is wat dat aangaat perfect, zegt Körmeling.

Altijd in beweging

Vanaf de brug kijkt Körmeling aandachtig naar de beide kanten van het gebied. Terwijl hij vertelt, komt een paar van zijn krachtige motto's langs: "Je moet pas gaan slopen als je een beter idee hebt dan wat er nu staat", "Opengooien die stad!" en "Maak gewoon plek!". Hij heeft een afkeer van "CDA-architectuur". Op het huidige grasveld voor De Havenmeester zou hij liever met de auto rijden en kunnen parkeren. De oevers moeten volgens hem worden vrijgehouden. De bedrijvigheid langs de kade is goed;

"die moet je niet wegplannen". Het industriële aanzicht van de Piushaven maakt dat dit geen plek wordt waar "alleen hondjes worden uitgelaten".

Als je vanuit deze plek naar de noordzijde kijkt, liggen daar de woonwijken Hoogvenne en Armhoef. Aan de andere zijde de gesloten volkswijken Jeruzalem en Fatima, 'vermeden terrein' voor vele Tilburgenaren. De nieuwe verbinding zorgt voor een spannende, nieuwe dynamiek; de beide zijden van het water lagen altijd heel dichtbij elkaar, maar waren niet bij elkaar betrokken. Nu ontstaat er een smelting van de identiteiten van de beide zijden van het water; Piushaven ligt op het raakvlak hiertussen.

Vertrutten

Körmeling beschrijft de Piushaven als 'ruw' en 'puur'. De loodsen in Piushaven zijn nog altijd ruw; alleen de terrassen verwijzen naar de nieuwe horecafunctie en dat is voor hem genoeg. Zijn grootste angst is dat het gebied gaat 'vertrutten'. Daarom is er wel iemand nodig die het overzicht bewaart, stelt hij. Immers, "stop veel kleine onderdelen van goede plannen bij elkaar en het wordt een slecht plan". Te veel de historie van de haven benadrukken, is volgens hem niet de bedoeling: "Je moet het niet te veel in scène zetten. De Efteling zit verderop hoor!".



DE WEG VAN Aa NAAR Bé

3

Projectontwikkelaars zijn belangrijke spelers in een gebiedsontwikkeling. Als zij geloven in de potentie van een locatie durven ze grote risico's te nemen. Hun positie is die van spin in het web; ze verbinden zakelijke belangen van allerlei partijen, handelen precies op het juiste moment en kunnen een goede winst maken als ze echt redeneren vanuit de uiteindelijke gebruiker. Een kijkje in de keuken.

Het begon met het belang van bouwvakkers. Of beter gezegd: het veilig stellen van hun pensioenen. Maar eigenlijk begon het met de oprichting van 'AaBé Wollenstoffen en Wollendeken Fabrieken' in 1929, door Adolf van den Berg, aan de Hoevenseweg. Dat is de geschiedenis van het AaBé-complex, maar de dekenfabriek heeft ook een verhaal als vastgoedbelegging. Vanaf 1952 investeert de stichting bedrijfstakpensioenfonds voor de Bouwnijverheid (Bouwinvest) pensioengeld van bouwvakkers in diverse soorten vastgoed. Het doel: een langjarig en stabiel rendement zodat de pensioenen tijdig kunnen worden uitbetaald. Hun aankoop van het AaBé-complex, in 2000, was hiervoor bedoeld. Onder het besluit om het complex in 2010 weer door te verkopen, aan projectontwikkelaar Rialto, lag opnieuw een bewuste afweging. Maakt Rialto een succes van het geplande winkelcomplex?

Projectontwikkeling is een vak voor mensen met gevoel voor markt en de juiste timing. In de basis is het eenvoudig: je ziet een locatie en een kans, koopt die plek, bouwt of renoveert en verkoopt het weer met een interessante winst. 'Hit and run', dat lijkt het motief achter projectontwikkeling, gepaard gaand met een twijfelachtig imago. Een mooie gelegenheid voor een reality-check: beweegt de projectontwikkelaar inderdaad zo rechtlijnig voort? Draait projectontwikkeling uitsluitend om rekenen voor eigen belang of ook om het zien en vertalen van het belang van anderen?



De spin en zijn web

Eerst maar eens een definitie. De projectontwikkelaar neemt de ontwikkeling en bouw van een gebouw over, voor de gebruiker of voor de nog onbekende koper. Hij neemt het hele proces dat hierbij hoort voor zijn rekening: aankoop, planontwikkeling, zoeken van huurders en levering van de opgeleverde gebouwen aan de nieuwe eigenaar. Gebruikers, grond en geld worden gekoppeld waardoor vastgoed een nieuwe toekomstwaarde krijgt. De crux zit in het woord 'gekoppeld': het bij elkaar brengen van gebruikers, investeringskracht en vastgoed.



Het lijkt alsof al die activiteiten na elkaar komen, alsof een projectontwikkelaar eerst de grond aankoopt en als laatste het gebouw weer met winst verkoopt. Maar zo werkt het in de praktijk niet. Om het risico zo klein mogelijk te houden, moet de projectontwikkelaar eigenlijk al verkocht en verhuurd hebben voor hij zelf grote investeringen gaat doen. Als projectontwikkelaar ben je niet in een keten bezig, maar in een spinnenweb. Het is je rol om alle belangen, die eerst losse eindjes waren, aan elkaar te knopen.

Welke eindjes zijn er dan? Kees Schipper van Rialto vertelt dat het bij het AaBé-complex ging om getekende huurcontracten, overeenstemming bereiken met aannemer Wijnen en een koopovereenkomst met de uiteindelijke belegger, European Retail Fund (ERF). Ook met de gemeente moet je op één lijn zitten wat betreft het type winkels dat er mag komen. Als je geen getekende huurcontracten hebt, kun je niets afspreken met de belegger. Als je geen ontwerp hebt van de gebouwen, zullen de huurders niet tekenen. En huurders willen graag weten wie zich nog meer gaat vestigen. Alles hangt met alles samen. Op het moment dat al die afspraken rond zijn kan Rialto het besluit nemen om het AaBé-complex te gaan bouwen. En dat gebeurt dus niet na elkaar, dat gebeurt eigenlijk allemaal op hetzelfde moment, midden in dat spinnenweb.

Estafettestokje

Zo is de ontwikkeling van het AaBé-complex een voorbeeld van 'belangenverknoping'. Bouwinvest kocht het in 2000. Voor pensioenfondsen heeft beleggen in vastgoed een aantal belangrijke voordelen: er is een goede kans op stabiel rendement door de constante stroom huur-opbrengsten en—omdat huurverhogingen vaak meestijgen met de inflatie—een prima inflatiebescherming. Jan Bruil was jarenlang namens Bouwinvest betrokken bij de herontwikkeling van het AaBé-complex. Maar Bruil zag in die jaren bij Bouwinvest een verschuiving van focus naar beleggingen op A-locaties, in binnensteden. Hij vertelt: "Het AaBé-complex was, met name vanwege de zittende huurders, op zich een haalbare business case, met voldoende inkomsten. Maar het paste steeds minder in de beleggingsstrategie van Bouwinvest". Dit betekende niet dat Bouwinvest er zomaar 'uitstapte', vindt Bruil. "We hebben het plan integraal begeleid tot en met de omgevingsvergunning, wat met name door het monumentale karakter een belangrijke mijlpaal was. Pas daarna, in 2013, verkochten we het complex aan Rialto. Een logisch moment." Inderdaad een verstandige beslissing van Bouwinvest: een oud fabriekscomplex met officiële toestemming om te verbouwen is miljoenen meer waard dan datzelfde complex zonder vergunning.

Bouwinvest drukte, voordat het estafettestokje werd overgedragen aan Rialto, nóg een stevig stempel op de ontwikkeling, vertelt Bruil.

“Zo’n project heeft een wethouder op de bok nodig en een stad die niet alleen een visie heeft op zijn ontwikkelingen, maar daar ook aan vasthoudt. Dus niet in Piushaven winkelontwikkelingen mogelijk maken en tegelijk ook op een andere, nabijgelegen plek. Dat heeft hier wel de nodige strubbelingen gekost, maar is uiteindelijk goed gegaan. Alle mensen binnen de gemeente Tilburg, de betrokken wethouder inclus, hebben zich hardgemaakt voor deze herontwikkeling en dat was een belangrijke voorwaarde voor het succes.”

Van Aa naar Bé

Na Bouwinvest werd projectontwikkelaar Rialto Vastgoedontwikkeling uit 's-Hertogenbosch eigenaar van het complex. Hoewel geen onbekende in de regio—Rialto realiseerde onder meer winkels in het centrum van Hilvarenbeek en in Etten-Leur—was dit voor Rialto een forse ontwikkeling, nota bene helemaal met eigen geld voorgesloten.

Een belangrijke factor om een serieuze, internationale belegger te kunnen verbinden aan de ontwikkeling, was door er als projectontwikkelaar ook na de verkoop bij te blijven. Of, in de taal van de nieuwe eigenaar: “the developer, Rialto, will continue to provide management services”. Voor de huurders blijft Rialto nog zeker vijf jaar het aanspreekpunt voor het dagelijks beheer en dat neemt bij de belegger een heleboel zorgen weg. En minder zorgen bij de belegger betekent meer winst voor Rialto,

Verkoop van het winkelcomplex aan beleggingsfonds ERF in 2015: circa € 15 miljoen

Van de totale winkelruimte van 28.000 m² komt 17.000 m² in bestaande gebouwen

Renovatie: Het monumentale deel van de voormalige dekenfabriek wordt gerenoveerd om aan de kant van de Fatimastraat vijf Blokkerformules te gaan herbergen

Nieuwbouw: Daarnaast komt er nieuwbouw aan de Wethouder Baggermanlaan die bestemd is voor onder meer elektronicaketen BCC.



Kees Schipper: “Het bijzondere is dat samenkomen van alle lijnen altijd op een onverwacht moment plaatsvindt. Bij het AaBé-complex moesten we alle afspraken voor een bepaalde datum rondkrijgen. Dat was het weekend dat ik met mijn gezin op weg was naar ons vakantieadres in Italië. Mijn mobiele telefoon ging toen we net vertrokken waren. Ik heb de hele heenreis zitten bellen, en er spookte steeds één gedachte door mijn hoofd: Als we straks ter plaatse zijn en alles is uitgeladen, rijd ik dan direct terug of wacht ik tot morgenochtend...?”

oplopend tot een (gangbare) 10 procent. Zo blijkt het vak van projectontwikkelaar allerm minst 'hit and run' te betekenen.

Waarde toevoegen

De ontwikkeling van AaBé illustreert dat de projectontwikkelaar steeds meer verbinder van belangen is geworden. Dat is misschien wel de belangrijkste toegevoegde waarde. Kees Schipper van Rialto zegt: "Het proces is erg intensief, je moet goed weten wat er speelt. Een groot deel van de huurders is toch eigen ondernemer of bedrijfsleider, met een eigen portemonnee. Het zijn veelal gevoelsmensen. Je kunt veel op papier zetten en contracten afsluiten, maar uiteindelijk moet je allemaal vertrouwen hebben in een goede uitkomst".

Piushaven is uniek. Maar hoe uniek wordt het winkelcomplex AaBé eigenlijk, met de bekende grote namen als Jumbo, Xenos en Beter Bed? Hoe kunnen deze winkels zich staande houden in een tijd waarin het webwinkelen de doodsteek betekent voor veel binnensteden? Schipper ziet een verschil met de binnensteden waar een aantal winkelketens het niet redt: "Dit is een plek die zowel vanaf de snelweg als vanuit het centrum goed te bereiken is en er is voldoende mogelijkheid voor parkeren. Dit is bovendien een plek waar altijd iets blijft gebeuren. Wat dat betreft is het toch anders dan in de binnensteden".



Eén ding is zeker: zonder de grote namen van landelijke winkelketens komt een dergelijke ontwikkeling niet van de grond. "Een project als dit moet ook stárten", zegt Schipper. "Je hebt wel partijen nodig die niet bij elke tegenslag afhaken. En ook als we grote partijen aantrekken hebben we nog genoeg ruimte voor kleinere, beginnende partijen." Het investeringsniveau, de belegger, het efficiënte beheer, ze vereisen een aantal startmotoren die zich langer binden. Dat is de werkelijkheid waar de ontwikkelaar mee om moet gaan.



TOTALE OMVANG

28.000 m²
bruto vloer oppervlak

730 parkeerplaatsen

FASE 1

geopend
2014

wijkwinkelcentrum

Jumbo
Gewoon Vers
Zeeman
Kruidvat
Lidl
Bakker Van Iersel
Fabriek Optiek
Koffie & Room
Primera
Amanda's Hair
Cosmetics

FASE 2

oplevering
2016

huis en tuin, sport
en spel, bruin- en
witgoed, automotive

Beddenreus
Beter Bed
Boonman Bedden
Leen Bakker
Pronto Wonen
Horeca
Blokker Tuin
Intertoys
Big Bazar
Xenos
Buitenhof
Tuinmeubelen
BCC

FASE 3

oplevering
2017

huis en tuin, sport
en spel, bruin- en
witgoed, automotive

Henders & Hazel
Profijt
Swiss Sense
Xoon
Horeca



RODE WIJK IN EEN GELE STAD

4

Gebiedspromotie gebeurt steeds vaker aan de hand van leefstijlonderzoek. De leefstijlen worden uitgedrukt in kleuren; de typische Tilburger—gemakkelijk en spontaan—heeft bijvoorbeeld een gele leefstijl. Ook bij verkoop en promotie van woningen baseren projectontwikkelaars zich op leefstijlen en maken van hun project een ‘brand’. Maar hoe doe je dat? Hoe maak je van gebieden en gebouwen een merk?

Tilburgers voelen zich thuis in een stad die gericht is op gezelligheid en sociale banden. Ze zijn gemakkelijk, spontaan en eerlijk. Tot deze conclusie kwamen gebieds-ontwikkelaar Triborgh en woningcorporatie Tiwos toen ze rond 2010 onderzochten welk DNA Piushaven eigenlijk had. Hun vraag was: Hoe kan het profiel van Piushaven passen bij 'typisch Tilburg' maar zich toch voldoende binnen Tilburg onderscheiden?

Leefstijlen worden binnen leefstijlonderzoek uitgedrukt in kleuren. Voor mensen met een gele leefstijl bouw je andere woningen dan voor mensen die hechten aan status en controle—de blauwe leefstijl. Een andere kleur betekent ook een ander soort promotie. Steeds vaker denken ontwikkelaars via de promotie te kunnen sturen op de doelgroep van een bouwproject. De vraag is of dit uiteindelijk ook zo werkt: zijn er bijvoorbeeld ook vooral blauwe mensen komen wonen in De Werf, een woningbouwproject dat van te voren als blauw in de markt is gezet?

DNA

Iedere stad of wijk en ieder bouwproject doet tegenwoordig aan 'branding': zichzelf positioneren in de markt. Zo ook Piushaven en alle bouwprojecten binnen de wijk. De juiste branding helpt om de verkoop te versnellen en moet passen bij het gebied, de markt en bij beoogde kopers. Branding op basis van leefstijlonderzoek is vooral bekend geraakt via

de methode van SAMR Smart Agent Market Respons. Die positioneert Piushaven in de rode leefstijl, met als kenmerk 'vitaliteit'. Bewoners met een rode leefstijl voelen zich jong en energiek en verleggen graag grenzen. Ze zijn niet vies van een uitdaging en zijn eigenzinnig. Zo wordt Piushaven ook gepositioneerd binnen de gele stad Tilburg. Een woonmilieu met een ruig randje, speciaal voor mensen die iets unieks willen.



Maar binnen het rode Piushaven is er verschil. Buurtjes verschillen van elkaar en projecten moeten onderscheidend zijn, evenals de leefstijlen van de mensen die erin wonen. Hoe is men nu gekomen tot het bepalen van de leefstijl van nieuwe projecten? Ingeborg Verheijen is directeur bij Triborgh Gebiedsontwikkeling, het bedrijf achter de nieuwe buurten De Werf en, aan de overkant van het water, Aan De Waterkant. Ze vertelt dat de gekozen marktpositionering en de daarbij horende leefstijlen van de nieuwe projecten sterk zijn beïnvloed door de wijken die tegen de Piushaven aanliggen. Daarnaast vormt het water de verbindende schakel binnen het geheel van de gebiedsontwikkeling Piushaven. "Je vindt nergens anders in de regio water en daaraan gerelateerde activiteiten. Het is een exclusiviteit, die toch voor iedereen beschikbaar is", zegt Verheijen. Ze licht toe dat het water Piushaven ruimte en openheid brengt. Die ruimte maakt het mogelijk dat verschillende typen mensen naast elkaar leven en wonen. Uiteenlopende leefstijlen tolereren elkaar namelijk moeilijk als ze dicht op elkaar leven. Het logo van Piushaven weerspiegelt dat het gebied een mozaïek is van verschillende soorten buurtjes; daarom hebben de letters allerlei verschillende kleuren.

Verschillen in identiteiten

Laten we, om de diversiteit van het gebied te illustreren, eens kijken naar een aantal projecten. Allereerst het appartementen-

gebouw in De Werf. Dit gebouw, opgeleverd in 2012, vormt de voortuin van de buurt Armhoef. Het gehele project De Werf omvat 34 koopappartementen, 47 eengezinswoningen en 25 huurappartementen. Triborgh ontwikkelt aan de overkant van het water, in de wijk Jeruzalem, ook 24 stadswoningen onder de naam Aan de Waterkant. Het eerste blok daarvan is opgeleverd, het tweede is in aanbouw.

Van een geheel ander kaliber is het gebouw De IJzergieterij. Daar worden op dit moment 18 havenlofts ontwikkeld, in een oud fabrieksgebouw dat is blijven staan uit de haventijd. Het gebouw is ontworpen in 1899, werd in 1920 verbouwd tot Lourdeskerk en in 1979 tot het eerste Jumbo-filiaal van Nederland. Drie geheel verschillende complexen met verschillende identiteiten, met één ding dat hen bindt: ze staan in Piushaven.

De Werf

Bij de branding van De Werf is dus aansluiting gezocht met de naastgelegen wijk Armhoef. De bewoners van die wijk hebben—volgens de methode SmartAgent—een groene leefstijl. Dat zou betekenen dat zij behoefte hebben aan veiligheid en dat ze behoudend zijn. Ingeborg Verheijen merkte dat: "Het was duidelijk merkbaar bij de planvorming voor De Werf. De bewoners van Armhoef waren bezorgd over wat er 'in hun achtertuin' werd gebouwd".





De Werf is daarop door Triborgh geprofileerd voor een blauwe doelgroep, die goed aansluit bij het groene Armhoef. “De plannen voor het gebouw waren al grotendeels klaar toen we het onderzoek deden, maar we konden de profilering nog toepassen op de inrichting. De blauwe, strakke en eenduidige positionering is een manier geweest om het gebied en het gebouw te onderscheiden in de markt”, zegt Verheijen. Het profiel van de aangrenzende wijk en daaruit volgend de doelgroep voor de nieuwbouwwoningen zijn leidend voor de marketingstijl en de toon waarop Triborgh kopers heeft aangesproken. Verheijen vertelt hierover: “Wij hebben er bewust voor gekozen om de doelgroep van De Werf te benaderen met ‘u’. Voor de positionering van het project Aan de Waterkant hebben we de mensen die geïnteresseerd waren in de woningen juist aangesproken in de ‘jij’-vorm”.

Aan de Waterkant

Voor de ontwikkelingen aan de overkant van het water, in het project Aan de Waterkant, was een goede branding nog harder nodig. De wijk Jeruzalem, waar Aan de Waterkant in ligt, had namelijk van oudsher geen goed imago. Als je niet in de wijk hoefde te zijn kwam je er niet. Slechts 18 procent van potentiële Tilburgse kopers bleek de wijk aantrekkelijk te vinden om te wonen. Daarom is er aan de hand van leefstijlprofilering onderzocht welk soort woningen het beste te verkopen zouden

zijn in deze wijk. De bewoners van Jeruzalem behoren voornamelijk tot de gele doelgroep. Gezelligheid en spontaniteit, veel onderling contact en eerlijkheid; dat voert de boven-ton. Deze leefwereld is voor blauwe mensen niet aantrekkelijk. Rode mensen daarentegen, die geïnteresseerd zijn in anderen en zichzelf minder afschermen, passen hier wel bij.

Rode mensen zoeken een unieke woning in een levendige omgeving. Die potentie was op de locatie Aan de Waterkant, aan het kanaal, goed waar te maken. In de vormgeving is hier op aangesloten. Aan de Waterkant is een buurtje geworden met allemaal unieke woningen, waarvan de bewoners heel veel invloed hebben uitgeoefend op hun daklijsten, hun raamindeling en de kleur van de stenen. Uit het feit dat de eerste twee blokken geheel zijn verkocht en van de derde vijftig procent, blijkt dat de gekozen profilering zijn werk gedaan heeft. Een mooi bijeffect is dat Jeruzalem nu minder een eiland vormt in Piushaven. Ook in de promotie van het gehele Piushavengebied neemt Jeruzalem inmiddels een volwaardige plek in, als aantrekkelijk rood-geel wijkje.

IJzergieterij

Rik Krens, projectontwikkelaar van De IJzergieterij, hecht eraan te benadrukken dat De IJzergieterij eerder een product is dan een project. De historische lagen—fabriek, kerk, supermarkt—zijn in

het 'woonproduct' zoals dat nu in de markt wordt gezet, herkenbaar. Hoewel je volgens Krens diversiteit binnen bewoners nodig hebt in een gebouw, is de branding van De IJzergieterij gericht op de rode doelgroep. Het concept van De IJzergieterij bevat elementen als 'robuust en stedelijk wonen', die perfect aansluiten bij de identiteit van Piushaven. Het water, kenmerkend voor Piushaven, komt terug in het beeld van een 'grachtenpand'. Voor het beeldmerk van het gebouw waren de oude fabriek en kerk bepalend. Deze beleving wordt verder versterkt door naast het beeldmerk een passende naam vast te leggen. De ontwikkelaar heeft het nieuwe merk verwoord met de kreet "ik woon in de IJzergieterij". Waar in De Werf mensen aangesproken worden met 'U' en in Aan de Waterkant met 'jij', kiest Krens voor 'ik'. Ook hier werkte de branding: bij de daarop volgende verkoop waren alle 20 woningen in één maand verkocht.

Hoe woont een leefstijl?

De Werf is blauw, de IJzergieterij is rood. Is het zo eenduidig? Kunnen de bewoners inderdaad zo gemakkelijk over één kam worden geschoren? De bewoners van De Werf en de kopers van De IJzergieterij laten, in een nieuw leefstijl-onderzoek, zien dat de werkelijkheid weerbarstiger is. De projecten blijken meer verschillen te herbergen dan de profilering voorzag. Zowel bij de bewoners van de appartementen in De Werf als bij de toekomstige bewoners



van De IJzergieterij zijn alle kleuren naast elkaar vertegenwoordigd. Rood, geel, groen en blauw woont gezellig en rustig naast elkaar in één gebouw. Piushaven blijkt, gelukkig, inderdaad een mozaïek.

In de gebiedsbranding, maar ook in de ontwikkeling van projecten in Piushaven, wordt gebruik gemaakt van het BSR-model van SAMR Smart Agent Market Respons¹. Deze methode helpt om motieven, waarden en behoeften van mensen te benoemen. Het model gebruikt twee assen. Op één as wordt weergegeven of mensen meer op zichzelf zijn gericht, of meer op anderen. Op de andere as staat de mate waarin mensen open of gesloten zijn. De uitkomst hiervan leidt tot een schema bestaande uit vier verschillende levensstijlen; rood (vitaliteit), blauw (controle), geel (harmonie), en groen (bescherming).

1 Het kleurenschema van SAMR Smart Agent Market Respons komt uit: G.J. Hagen – 'Leefstijlen; de klant in de mand', 2006. Boss Magazine

Vrijheid en Flexibiliteit

Mensen die tot de rode wereld behoren zijn te omschrijven als intelligent, eigenzinnig en zelfbewust. Ze vinden vrijheid en onafhankelijkheid zeer belangrijk.

In de marketing worden de mensen uit de rode wereld omschreven als "early adopters". Een early adopter is iemand die een bepaald product of een bepaalde technologie begint te gebruiken, voordat de massa dat doet.

Vaak wonen ze in een meergezinswoning in (de buurt van) een dynamische omgeving.

Betrokkenheid en Harmonie

Mensen uit de gele wereld staan voor een groeps-gerichte en een extraverte instelling. Zij hechten veel waarde aan goede sociale contacten zowel in de buurt waar men woont als op het werk.

Zij voelen zich het meest thuis in een 'gewone' woonwijk. Ze wonen doorgaans in een rijtjeswoning, maar ook in een galerijwoning in de huursector. De smaakvoorkeuren voor de woning zijn knus en traditioneel.

Ambitie en Controle

In de blauwe wereld staat presteren centraal. Deze mensen zijn meestal zeer ambitieus en zien een succesvolle carrière als een belangrijk doel in het leven.

Zij wonen het liefst in een statusrijk gebied tussen "ons soort mensen".

Geborgenheid en Zekerheid

De groene wereld is ook groepsgericht, maar is veel introverter dan de gele wereld. Groene mensen leiden een rustig leven en bewegen zich in een kleine kring van familie, vrienden en/of burens waarmee ze intensieve contacten hebben.

Experimentele of onderscheidende architectuur wordt vaak niet gewaardeerd bij deze doelgroep. Deze consument woont het liefst in een gewone nieuwbouwwijk of in een degelijk, comfortabel (senioren) appartement in de buurt van voorzieningen.



**MET LOSSE
HANDEN
AAN HET ROER**

5

In het project gebiedsontwikkeling Piushaven stelt de gemeente zich uitnodigend en faciliterend op. Waar het vroeger normaal was om zoveel mogelijk vanaf het stadhuis de scepter te zwaaien, kiest de gemeente de laatste jaren voor een lossere benadering. Maar denk niet dat hier iets aan het toeval wordt overgelaten.

De oertijd van de gebiedsontwikkeling was er één om met een milde glimlach op terug te kijken. Het was een tijd waarin de gemeente in zijn eentje masterplannen uitrolde over de stad, en waar bouwers hun woningen stempelgewijs uitstansten over de wijken. Het is al meer dan vijftien jaar geleden dat we deze aanpak naar de prullenbak verwezen, om hem in te ruilen voor publiek-private samenwerking. Hierbij probeerden gemeenten en private partijen tegenstrijdige belangen nauwgezet en voor lange tijd in een contract te persen. Dat contract bleek echter vaak al verouderd bij ondertekening.

Ook deze manier van overheidssturing heeft inmiddels moeten inleveren, want de crisis kwam en bracht alle spelers in verwarring. Woningzoekenden bleven zitten waar ze zaten, ontwikkelaars reageerden door hun have met verlies te verkopen. De gemeenten stopten op hun beurt met instruerende gebiedsontwikkeling en stapten in de uitnodigingsplanologie. Uitnodigingsplanologie wil zeggen: ruimtelijke planvorming met een korte horizon en een faciliterende houding vanuit de gemeente. Het motto is: "Als je een goed plan hebt en je hebt het geld om het te bouwen – kom maar". De gemeente laat het ontwikkelen graag aan de markt over. Die kent bovendien de koper het beste. Ook Piushaven was vijftien jaar geleden nog onderwerp van gemeentelijke masterplannen. Alleen: het werkte niet. De uitnodigingsplanologie heeft hier daarom zijn intrede gedaan. En die werkt wél.

Geen verstand van ontwikkelen

Het begrip uitnodigingsplanologie was al voor de crisis in beeld, naast de toen nog gangbare toelatingsplanologie, maar de crisis zelf bracht de benodigde urgentie. De woorden zeggen het al: toelatingsplanologie veronderstelt dat er een hele waaier aan initiatieven ligt waar je als overheid uit kunt kiezen. In het begrip uitnodigingsplanologie lees je juist dat het stil is aan de overkant, aan de kant van de markt. De grenzen tussen markt en overheid vervagen. De legitimatie van overheidssturing komt meer vanuit de interactie met burgers en belangengroepen dan van macht verleend door de kiezer. Zo beschrijft de website Gebiedsontwikkeling.nu: "In deze tijd faciliteert de overheid initiatieven en verbindt zij behoeftes in plaats van dat zij de sturing volledig in eigen hand heeft".

Het samenspel dat in de gebiedsontwikkeling Piushaven is ontstaan, laat inderdaad een faciliterende sturing zien. De crisis heeft de bouwkransen hier nauwelijks doen haperen; met een gemeenschappelijke fondsvorming (gemeente, provincie en woningcorporatie Wonen Breburg) werd bijvoorbeeld de afbouw van De Havenmeester mogelijk gemaakt toen daar te weinig was verkocht om zonder fonds verantwoord te kunnen bouwen. Maar was dit puur 'overlaten', zonder sturing of visie? Aan sommige Nederlandse steden zie je dat visieloos en slap faciliteren een rommelige en onherbergzame stad achterlaat. Het 'mogelijk



maken' in Piushaven moest dus juist gestoeld zijn op een krachtige visie en soms een sterk ingrijpen. Zowel binnen de gemeente als daarbuiten zijn betrokkenen continu aan het kneden, openbreken, verbinden en onderhandelen. Zoals professor Riek Bakker, als supervisor verbonden aan Piushaven, vertelt: "Veel bureaus kunnen een prima stedenbouwkundig plan maken. Dat is helemaal de kunst niet. Maar het proces sturen om dat plan uit te voeren, dat is waar het om draait".

Dat faciliteren vergt dus, paradoxaal genoeg, een krachtige houding en subtiele, maar bindende interventies. "Het kost veel moeite om het vanzelf te laten gaan", geeft wethouder Berend de Vries toe.

Uitnodigingsplanologie past in de huidige netwerksamenleving. Dit betekent dat de overheid probeert om maatschappelijke veerkracht en dynamiek zoveel mogelijk uit te lokken en te benutten. Een mooi en vriendelijk beeld, gestoeld op betrokken bescheidenheid. Maar let wel: ook in netwerken zijn partijen uiteindelijk bezig met het voor elkaar krijgen van hun eigen belang. Hoewel het contact tussen netwerken in de uitnodigingsplanologie natuurlijk voelt en vloeiend is, hanteren deze verbanden niet alleen maar vriendelijke, creatieve spelregels. De overheid speelt in dat spel mee, maar moet dat doen vanuit de eigen, bureaucratische uitgangspositie en vanuit politiek oogpunt,

Berend de Vries: "Op een van mijn eerste dagen als wethouder, in 2008, had ik op mijn kamer een afspraak met een mevrouw. Ze richtte haar vinger op me, keek me bars aan en begon: "Nou moet je eens goed naar me luisteren. Jullie gaan die Piushaven niet laten glippen." Ik was net wethouder en knikte braaf. Later zocht ik op met wie ik de afspraak had gehad. Riek Bakker? Had ik nog nooit van gehoord."

Riek Bakker: "Ik had er in 2004 bij het Tilburgse gemeentebestuur goed op gehamerd dat ze keuzes moesten maken in de stad. Je kunt niet je aandacht halfbakken verdelen over allerlei verschillende gebieden en de lokale aannemerij zijn gang laten gaan. En ik kreeg het voor elkaar. Er werd een ambitie neergezet voor de Piushaven. Wethouder Aarts begreep het, daar kon ik mee werken. Maar toen kwam er zo'n jong gastje als wethouder, strak in het pak. Ik zag die snelle jongen aankomen en dacht: Daar moet ik eens even een hartig woordje mee spreken. Nou, hij gedraagt zich goed hoor, hij heeft het goed opgevat".

met alle beperkingen die dat met zich meebrengt. Dat betekent dus soms schipperen tussen de officiële procedures en de hoofdzakelijk informele sturing in het proces.

Kwaliteitsteam

De vastgoedontwikkelaars hebben ontdekt hoe effectief de informele sturing aan de voorkant werkt. Zij waren voor 2005 gewend een plan te maken binnen een strakke stedenbouwkundige visie en dat plan formeel in te dienen voor een vergunning, met alle hindernissen van dien. Inmiddels gaat het anders. Piushaven kent nu het Kwaliteitsteam, waarin supervisor, vertegenwoordiging van de Omgevingscommissie, projectleider en stedenbouwkundige de bouwplannen de maat nemen. Daarvoor is met elkaar een 'bedoeling' vastgelegd: het creëren van een uitnodigend, fraai, maar niet-aangeharkt stedelijk woonklimaat. Er ontstaat een gesprek tussen de indiener van het bouwplan en het kwaliteitsteam. In dat gesprek wordt aan de indiener uitgelegd hoe het plan nog beter aan 'de bedoeling' kan voldoen en wordt ook besproken wat-ie echt volstrekt anders moet aanpakken.

Opvallend genoeg is deze vorm van interventie niet wettelijk gelegitimeerd, maar gebaseerd op wederzijds vertrouwen. "De ontwikkelaars weten dat we voor hen aan het werk gaan", vertelt Riek Bakker. "We helpen ze de bocht door en effenen de weg. Een goed gesprek in het Kwaliteitsteam geeft ook het vertrouwen

in een groen licht van de Omgevingscommissie en daarmee in een bouwvergunning." En op het moment dat het vertrouwen in de bedoeling of de aanpak er niet is? Dan haalt de gemeente de oude vertrouwde publieke interventie uit de la. Bijvoorbeeld door het nemen van een voorbereidingsbesluit, waarmee de situatie ter plekke wordt bevroren—om te voorkomen dat er iets onwenselijks gebeurt.

Ronde Tafel

Een andere vorm van 'mogelijk maken' in Piushaven is het bij elkaar brengen van de vastgoedontwikkelaars. Eens in de drie maanden zitten ze aan de zogeheten Ronde Tafel en nemen hun bouwplannen door, bouwers stemmen hun planning en hun programma op elkaar af. Deze vorm van overleg is een unicum in Nederland. Na een schoorvoetende start is er een tamelijk open houding ontstaan. De partijen betalen eenmalig 200 euro per woning mee aan de evenementen en activiteiten die door Levend Podium worden georganiseerd. Ze hebben gemerkt dat deze activiteiten een enorme boost hebben gegeven aan de profilering van het gebied, wat hen weer helpt om hun woningen beter te verkopen. Een enkeling betaalt niet mee aan deze gebiedspromotie. "Heel onverstandig", vindt Riek Bakker. "Alsof die geen voordeel haalt uit de gebiedspromotie. Als ik weer zoiets zou verzinnen, zou ik de bijdrage per vierkante meter bepalen."

Het hangt ook vaak van personen af hoe soepel samenwerking kan lopen. Zo wordt alom de inbreng van Wim Timmermans geroemd, die lang directeur was bij Van der Weegen (partner van Triborgh gebiedsontwikkeling). Zijn warme manier van persoonlijk contact, gecombineerd met zijn altijd stralende lach, heeft veel deuren weten te openen en het onderling vertrouwen laten floreren.

Intussen op het stadhuis

De vrije ruimte die nodig is voor de praktische samenwerking, snelheid van besluitvorming en flexibiliteit staat op gespannen voet met de besturingsstijl die in de gemeente is vastgelegd. Dat levert een blijvende sturingsparadox op. “Je moet natuurlijk het vertrouwen van de raad opbouwen, laten zien dat het daarbuiten goed gaat op deze manier”, zegt Riek Bakker daarover. “En als je dat vertrouwen eenmaal hebt, kun je ze ook best vertellen dat ze je niet voor de voeten moeten lopen.”

En hoe leg je goed verantwoording af in de planning- en controlcyclus die in Tilburg stevig verankerd is? Berend de Vries antwoordt hierop: “De projectleider, Thérèse, zit hier elke week aan mijn tafel. In een kort gesprek ben ik weer bijgepraat. Veel effectiever dan die formele voortgangsrapportages. De raad wordt tweemaal per jaar rondgeleid en krijgt uit het gebied geen klachten. De raad weet dus wat er gebeurt en heeft vertrouwen in de informele aanpak”.

Polder aan de haven

Wordt er dan vrijuit gepolderd in Piushaven? Mag iedereen zomaar meedoen? Daar is in de beginjaren wel degelijk mee geoefend. Bewoners mochten meebesluiten in een regiegroep, waar de koers voor het gebied werd uitgezet. Maar uiteindelijk leverde het polderen vooral irritatie en misverstande verwachtingen op. Projectleider Thérèse Mol wilde het anders

Recept voor houdbare gebiedsontwikkeling

Samen vastleggen van de bedoeling—om bij discussie op een gemeenschappelijke basis te kunnen terugvallen.

Onbegrensde nieuwsgierigheid naar feiten en drijfveren—om nooit een informatieachterstand te hebben.

Organiseren van informeel gezag—om alleen in nood op formele regels te hoeven terugvallen.

Marktpartijen dwingen om met elkaar te praten—om onnodige concurrentie te voorkomen.

Procesreflectie inbouwen—om zelfgenoegzaamheid te bestrijden.

Verantwoording afleggen door het verhaal zijn werk te laten doen—en anderen de vinkjes laten zetten.

aanpakken. “Als je ergens niet over gaat, horen wij graag je mening, maar wij doen daarmee vervolgens wat wij verstandig vinden.” Direct belanghebbenden (bewoners en ondernemers) hebben gekwalificeerd adviesrecht, hun stem wordt zwaarwegend meegenomen in beslissingen. Dus niet eindeloos polderen, maar wel met gebruikers en investeerders aan tafel. Zo overlegt de gemeente eens in de drie maanden met vertegenwoordigers van bewonersgroepen en ondernemers. Dit gaat over evenementen, ontwikkelingen en het openbaar gebied. Wethouder Berend de Vries maakt aan tafel duidelijk dat hij het lijntje kort wil houden. “Willen jullie dat er een blauwe parkeerzone komt? Het parkeerbeleid laat zo’n losse vraag niet toe, maar dat kan toch niet de bedoeling zijn. Ik ga uitzoeken hoe het toch kan.” Dat betekent niet dat er nooit ingewikkelde gesprekken ontstaan. Zo zijn er ook vaak genoeg mensen teleurgesteld, al probeert De Vries de verwachtingen van omwonenden zoveel mogelijk te overwegen. De Vries noemt zelf de aanleg van een parkeerplaats als voorbeeld, waar veel omwonenden niet over te spreken waren. In dit geval gaf hij hen de ruimte om zelf invulling te geven aan de vormgeving van het terrein. “Jullie gaan niet tevreden worden door dit parkeerterrein, maar hopelijk wel iets tevredener doordat we het met jullie hebben over de inrichting.”

De belangrijkste interventies die het bestuur heeft gedaan in de gebiedsontwikkeling



lijken in de sfeer te passen van ‘steeds meer loslaten’. Maar dat is schijn. Wat de gemeente feitelijk doet, is afstappen van het voeren van de boventoon en overstappen op het—tijdsintensieve—luisteren naar de onderstroom. Het durven uitsluiten van invloed van individuele bewoners is daar een voorbeeld van. Zo ook de omvangrijke fondsvorming om de start van De Havenmeester in crisistijd toch van de grond te krijgen. En het in positie brengen van een gezaghebbend figuur als Riek Bakker, die duidelijk maakt: “Als ze niet meedoen, zagen we hun poten eraf”.



VELE KAPITEINS IN DE HAVEN

6

Betrokkenheid en ondernemerschap zijn essentieel voor de Piushavenontwikkeling. Een gebied gaat pas leven als bewoners en bedrijven initiatieven nemen en activiteiten organiseren. Zij worden zo medeverantwoordelijk; de plek wordt langzamerhand hun 'kindje', en niet meer dat van plannenmakers en de gemeente. En dat is precies de bedoeling.

Actief burgerschap stond aan de wieg van de huidige Piushaven. De geplande Havendijkroute, die van Piushaven een invalsweg naar het centrum zou maken, zagen veel omwonenden niet zitten. Ze begonnen de actie 'Havendijkroute NEE'. Ook de schippers John La Haye en Caroline Docters van Leeuwen zagen de potentie van het gebied en konden niet stilzwijgend toekijken. In 1996 richtten ze stichting Thuishaven Tilburg op. La Haye en Docters van Leeuwen hoopten daarmee de Havendijkroute te voorkomen en Piushaven een eigen identiteit te geven.

Ook de burgers op de wal voerden actie tegen de Havendijkroute. Honderden kinderen uit de buurt stuurden vanaf hun vakantieadres kaarten naar de gemeente. Ook bewoners uit de naastgelegen wijken begonnen het belang van het gebied in te zien. Zo vertelt Pepijn Jansen, destijds bewoner van de wijk Armhoefse Akkers en nu uitbater van het Stadsstrand, dat hij met andere bewoners in een roeibootje stapte om actie te voeren. Al dit verzet leidde ertoe dat de plannen voor de invalsweg in de prullenbak verdwenen. Piushaven groeide vanaf deze start uit tot een gebied waar vele bewoners en ondernemers zich verantwoordelijk voor voelen. Er zijn op die manier inmiddels vele 'eigenaren', als hoeders van het gebied.

Stadsmoestuïnen

Het gezicht van een ontwikkelingsgebied verandert van tijd tot tijd. Braakliggende



locaties of leegstaande gebouwen kennen vaak een periode van leegstand of 'onbruik', in afwachting van de definitieve ontwikkeling. Soms krijgen deze locaties vanzelf een vorm van tijdelijk gebruik, doordat bewoners ze in gebruik nemen: de plekken worden 'eigendom' van omwonenden. De hond wordt er uitgelaten, het wordt een crossveldje voor mountainbikes of een hangplek, er worden bloemen ingezaaid. Maar het kan verder



gaan: tijdelijk gebruik van leegstaande bedrijfshallen door bedrijfjes of zwervende hooglandrunderen, zoals in Piushaven. Steeds vaker werken gebiedsontwikkelaars actief aan dergelijke 'placemaking': tijdelijke activiteiten die een aantrekkelijke sfeer scheppen en uitnodigen om er te komen. Het gebeurt door kortlopende gebruiksovereenkomsten aan te gaan, vaak met cultureel ondernemers of horeca-exploitanten.

Placemaking is aantrekkelijk voor zowel ondernemers als voor gebouweigenaren. Ook in Piushaven zien steeds meer mensen het belang ervan in. Tijdelijk gebruik van een stuk grond in Piushaven vinden we bijvoorbeeld terug op het voormalige terrein van wasserij Lips. Zolang er nog geen duidelijke planvorming is, wordt de grond gebruikt door stichting Het Werkt, dat er een stadsmoestuin heeft gemaakt. Hier gaan inmiddels de eerste stemmen op over de vraag waarom iets tijdelijks, dat zo succesvol is, eigenlijk tijdelijk moet zijn. Moet zoiets soms niet blijvend worden? De tijdelijke invulling heeft zich het terrein zo eigengemaakt.

Oversteek naar Jeruzalem

Je ziet dit ook gebeuren bij het Stadsstrand, een echt strand van 4000 m² dat is aangelegd op een toekomstige woningbouwlocatie met uitzicht op landschapspark Moerenburg. In 2013 vestigden de ondernemers van het Stadsstrand zich op het terrein van Aan de

Waterkant, een projectontwikkeling van Triborgh, een combinatie van enkele aannemers en twee woningbouwcorporaties. De komst van het strand was het eerste placemaking-initiatief in Piushaven. De ondernemer ging niet over één nacht ijs. "Alle gevestigde ondernemers waarmee ik heb gesproken, zeiden: 'Paul, niet in Jeruzalem! Niet doen! Je gaat kapot!'", vertelt Paul de Kanter, initiatiefnemer van het Stadsstrand. Het tegendeel bleek waar: de afgelopen drie seizoenen wisten maar liefst 100.000 bezoekers het Stadsstrand—met als naam De Waterjump—te vinden om te barbecueën, proeverijen te bezoeken en te dansen op silent disco's.

De wijk Jeruzalem is een echte volksbuurt, gebouwd wegens de grote woningnood na de Tweede Wereldoorlog. Tot voor kort liepen mensen met een grote boog om Jeruzalem heen. De Kanter vertelt: "Toen wij in 2013 het strand openden, kwam mijn vader op de opening. Hij was daar nog nooit geweest, want 'dat was Jeruzalem', zei hij, als echte Tilburger". Met de komst van 120 nieuwbouwwoningen in de periode 2014-2016 is er een buurt ontstaan die erg divers is. Allerlei verschillende mensen lopen op een mooie zomerse dag door elkaar over het stadsstrand. "Net als mijn vader hebben uiteindelijk veel andere mensen ook die oversteek naar Jeruzalem gemaakt", zegt De Kanter. "Dat is ontzettend gaaf om te zien. Hiermee wordt

de drempel weggehaald voor mensen om hier een woning te kopen. Sommige mensen zitten eerst bij ons op het strand en besluiten later om naar nieuwbouwhuizen in de wijk te gaan kijken. Het strand trekt volk aan.” Nu, een paar jaar later, wil Triborgh de beschikking over haar grond terug om de geplande woningen te gaan bouwen en zoekt Stadsstrand een andere locatie in óf buiten Piushaven.

Kartrekkers

De wisselwerking tussen het gebied en de bedrijvigheid daarin, is complex. Piushaven is Piushaven door zijn samenwerking, betrokkenheid en het vertrouwen van de burgers en ondernemers. Je hebt wel een projectleider bij de gemeente, maar uiteindelijk komt het altijd neer op mensen die de kar willen trekken. Eén iemand krijgt geen gebiedsontwikkeling op gang. En die kartrekkers, die pioniers, moeten zich in een gebied durven te vestigen. Toen Corné Snels in 2006 begon met zijn kapperszaak Hardy’s, was er nauwelijks sprake van planvorming voor de Piushaven. Toch zag hij kansen in het gebied. “Ik zag hier mogelijkheden; de ruimte, rust, het water”, zegt Snels. “Hier kun je werken en recreëren samenvoegen.” Hij opende zijn zaak in een ark, drijvend in de Piushaven. “Toen die ark hier kwam, dat was wereldnieuws! We haalden het achtuurnieuws! We haalden het achtuurnieuws!” Hij voegt hieraan toe: “Zoiets kun je zelf regelen! De grootste betonnen bak zonder compartimenten die ooit ter wereld werd gebouwd, heb ik hierheen laten duwen

door de oudste sleepboot die Nederland rijk is”. Toen Hardy’s een half jaar open was, voelde hij al dat er iets veranderde aan de energie in het gebied. Grote projectontwikkelaars kwamen op de haven af. Inmiddels heeft Snels de boot verruild voor een postmodern bedrijfspand aan de andere kant van het water.

In 2012, tegen de tijd dat ondernemer Michel Deneef en zijn vrouw zich vestigden in Piushaven, vroegen nog steeds veel mensen zich af wat ze er in hemelsnaam gingen doen. “Het was ook wel een puinhoop”, vertelt Deneef. Voor hem was het gebied de voorname reden om zich met zijn bed & breakfast Villa Pastorie in de voormalige pastorie aan de Hoevenseweg te vestigen. “Het is de enige plek in Tilburg waar water is. Ook het feit dat het gebied al in ontwikkeling was, al was het nog lang niet zo bruisend als nu, trok mij aan. Lange tijd was Piushaven toch te onbekend, maar de afgelopen twee, drie jaar is dat geëxplodeerd.”

Pretvijver

“De activiteiten die hier plaatsvinden, moeten bij voorkeur kleinschalig zijn, een beetje cultureel, en verbonden met de wijk. Dus geen evenementen tot diep in de nacht. Het publiek dat hier komt, is ook wat ouder”, zegt Deneef. “Je zal hier niet veel studenten vinden die tot ’s avonds laat gaan stappen. Natuurlijk worden nieuwe initiatieven omarmd, wij zeggen alleen wel:

Mensen die zich verantwoordelijk voelen voor een plek, hebben soms moeite om nieuwe 'eigendomsclaims' toe te laten. Voordat café Burgemeester Jansen elf jaar geleden door de huidige uitbaters werd gekocht, heette het café Havenzicht, compleet met Perzische kledjes en schlagermuziek. De nieuwe eigenaren kozen een andere stijl en een andere naam; burgemeester Jansen was anderhalve eeuw geleden het brein achter de aanleg van de Piushaven. Lang niet alle Piushaven-pioniers waren daar enthousiast over; het oude moest volgens hen behouden blijven.



‘Het moet geen pretvijver worden’. Maar als iemand met een goed verhaal komt, laat de gemeente het toe. Piushaven is immers niet alleen van ons ondernemers.”

Burgerinitiatieven zijn soms minder zichtbaar. Actief burgerschap van nieuwe bewoners heeft tijd nodig; in het eerste jaar dat iemand er woont, is diegene vooral bezig met het inrichten van de woning. Pas na een jaar gaan mensen verder kijken. Ze maken zich hun buurt meer eigen en vragen zich af wat er nog meer mogelijk is. Zo is de nieuwe stichting Piushaven Kunst & Klassiek opgericht door bewoners in samenwerking met ondernemers. Ook bij ondernemers zit betrokkenheid in kleine dingen, zoals het opbouwen van een lokale klantenkring, de sponsoring van evenementen en het samenwerken met andere gevestigde bedrijven. Zoals restaurant Don Curado, dat haar gerechten presenteert op het Stadsstrand. En de buitenwereld gaat geleidelijk de bedrijven associëren met het gebied waarin ze gevestigd zijn. Deze bedrijven ‘zijn’ inmiddels Piushaven.

Kapiteins

Piushaven biedt naast deze kleine activiteiten ook plaats aan grootschalige evenementen, zoals het Drakenbootfestival en de sinterklaas-intocht. Hier dreigt soms de stedelijke ‘pretvijver’ die Deneef vreest. Wordt hier feestvierend Tilburg niet te veel eigenaar van het gebied? De eigenaars van café Burgemeester

Jansen, Erwin Van de Velde en Dennis Meijer, zouden hier niet blij mee zijn. Zij zijn naar Piushaven gekomen omdat het een relatief rustig, maar wel levendig gebied is. “In het centrum is men vooral gericht op grote volumes draaien”, zegt Van de Velde. “Piushaven kan ook grote evenementen aan, maar die moeten dan wel onderscheidend, gemoedelijk en familiaal zijn. Dit zijn dan ook bijzondere evenementen die maar om de vijf of tien jaar terugkomen. Als wij vaker een heel groot evenement voor de deur hebben, kunnen we eigenlijk onszelf niet meer zijn.”

In Piushaven zijn er vele kapiteins op het schip. Al deze ‘eigenaren’ bewaken het lokale, het ‘eigene’. Bewoners en ondernemers zijn weliswaar stads, maar mikken niet op de hele stad als bezoeker. Naast de eigenaren van de grond, de eigenaren van de gebouwen en de gemeente, hebben bewoners en ondernemers een sterke stem in de gebiedsontwikkeling en die laten ze dan ook regelmatig horen. En natuurlijk—gelukkig—zijn zij het niet allemaal altijd met elkaar eens.



**WAT ALS
HET AF IS?**

7

Een gebiedsontwikkeling die al 15 jaar duurt, die moet toch wel bijna zijn afgerond? Wanneer je rondkijkt in Piushaven, zie je dat dit nog niet het geval is. Het gebied is nog volop in ontwikkeling, bouwkransen sieren het straatbeeld en een aantal projecten ligt nog in het verschiet. Toch komt er een moment dat het af is. Of niet?

Het is zichtbaar dat Piushaven nog steeds in ontwikkeling is. De noordoever toont de indrukwekkende gebouwen van De Havenmeester en De Admiraal en verderop staat de toren van De Werf strak tegen de hemel. Maar het plaatje voelt verder nog onaf. Ter hoogte van De IJzergieterij steken een paar bouwkransen fier omhoog en de versleten bedrijfsloodsen aan de zuidoever staan er slaperig bij. Naar het westen, richting binnenstad, zie je aan de havenkop het saaie wooncomplex waar het allemaal mee begon, dat nu ruim dertig jaar oud is. Er is veel gebeurd in Piushaven. Oude fabrieken zijn vervangen door nieuwe woonbuurten, maar de geschiedenis van het gebied is goed herkenbaar gebleven. Industriële bedrijvigheid heeft plaatsgemaakt voor dienstverlening, zoals winkels en horeca. Je hoeft niet meer om Piushaven heen te rijden, maar kunt er eindelijk dwars doorheen, zowel fietsend als met de auto.

Piushaven is op de kaart gezet. Niet als een gelikt, Vinex-achtig stukje van de stad. Nee, het ontleent zijn aantrekkingskracht juist aan het ruige, rafelige en dynamische. Het is niet zomaar klaar, het is een enorm groot gebied. De organisatie van de gebiedsontwikkeling heeft al die tijd een strak tempo aangehouden. Geen tijd voor gedoe, we moeten door, het moet af. Alleen, is het wel zo fijn als dat zover is? De ervaring van 'onafheid' als je op de brug staat is best prettig, het creëert de sensatie

dat er nog heel veel mogelijk is en dat er nog alle ruimte is voor nieuwe initiatieven. De vraag is echter of de dynamiek die nu in Piushaven is gegroeid, in stand kan blijven. Verwacht wordt dat rond 2020 de gebiedsontwikkeling in grote lijnen rond is, dan is het 'af'. Wat betekent dat voor bewoners en ondernemers? Kan de bij hen gegroeide binding met het vernieuwde gebied voor voldoende energie zorgen om de dynamiek vast te houden?

Licht in de ogen

Een van de instrumenten die is gekozen om dynamiek en verbinding te brengen in Piushaven, is stichting Piushaven Levend Podium. Begonnen met subsidie van gemeente en projectontwikkelaars, is de stichting organisator van allerlei activiteiten. In 2018 stopt de bijdrage vanuit gemeente en ontwikkelaars, de stichting moet uiteindelijk steeds meer gedragen gaan worden door de ondernemers in het gebied. "We zitten nu dan ook in de fase van verankering van alle initiatieven", legt voorzitter van Levend Podium Ralf Embrechts uit. "We willen dat mensen straks, ook zonder dat geld, zelf dingen organiseren." Embrechts heeft er het volste vertrouwen in dat dat gaat lukken. "Ik zie al dat heel veel initiatieven worden overgenomen door bewoners en ondernemers. Neem bijvoorbeeld de kinderbouwspeelplaats. Eerst moesten wij de mensen betalen om dat te organiseren en nu heeft welzijnsorganisatie Contour de Twern het overgenomen. De reeks

concerten die door ondernemers wordt georganiseerd is ook een goed voorbeeld.” Embrechts ziet wel in dat het niet vanzelfsprekend is dat alle initiatieven blijven bestaan: “Er zullen misschien projecten zijn die het niet redden, maar dan is er misschien ook geen behoefte aan. In de afgelopen acht jaar is het steeds meer een gezellige en saamhorige wijk geworden met voor elk wat wils, dat is het belangrijkste. Piushaven bruist echt wel verder”.

Villa Pastorie-ondernemer Michel Deneef maakt zich lichtelijk zorgen over het mogelijk wegvallen van het geld voor Judith van Loon, programmaleider en ‘stuiterballetje’ van Levend Podium. “Judith is het cement van de losse stenen in de Piushaven”, zegt hij. “Als zij wegvalt, zal het onmogelijk zijn om ieder jaar zo’n uitgebreid activiteitenprogramma te hebben en zal het hier een stuk rustiger worden. Misschien moeten we als ondernemers straks gaan bedenken hoe we Judith als programmaleider in Piushaven kunnen behouden.” Levend Podium biedt verbinding door middel van activiteiten. Die verbinding ontstaat ook doordat betrokkenen regelmatig overleggen. Die samenwerking, ook tussen concurrerende ondernemers, is kenmerkend voor Piushaven. “Je moet elkaar het licht in de ogen gunnen. Als je die gunfactor niet hebt en alles voor jezelf wilt houden, werkt het niet”, meent Deneef. Hij werkt op alle mogelijke manieren samen met zijn collega-ondernemers.

Zo verwijst hij zijn gasten naar restaurants, evenementen en bezienswaardigheden van andere ondernemers in het gebied.

Veerkracht

Hoe werkt nu die dynamiek in een ontwikkelingsgebied zoals Piushaven? We zien meestal de volgende trend: een verpauperd, maar veelbelovend gebied trekt een vernieuwend type creatieve, jonge ondernemers aan. Zeker als het dicht bij het centrum ligt. Zij vinden in het gebied lage huren, veel ruimte en zitten toch lekker dicht bij het hart van de stad. Hun bedrijfjes en winkeltjes hebben vervolgens een aantrekkelijke werking op bezoekers die op zoek zijn naar iets apart. Daar komen weer nieuwe ondernemers op af en na een tijd staat het gebied volop in de belangstelling, zowel van de overheid als van, bijvoorbeeld, vastgoedinvesteerders. Die laatste zien een mooie waardeinstijging en willen wel investeren. Zo ging het ook in Piushaven.

Een voorbeeld hiervan is het ontstaan van café Burgemeester Jansen. Toen de uitbaters hiervan op zoek gingen naar een pand, vonden ze aan de haven een karakteristiek (en verwaarloosd) café tegen een lage prijs. Zij hoefden maar een kleine omzet te draaien om ervan te kunnen leven. Door de lage lasten kon het café zich rustig ontwikkelen, de bekendheid van Burgemeester Jansen groeide op een natuurlijke manier. Wat hielp, is dat er nauwelijks concurrentie was met het

**De organisatie van de gebieds-
ontwikkeling heeft al die tijd
een strak tempo aangehouden.
Geen tijd voor gedoe, we moeten
door, het moet af.**



centrum. De horeca in het centrum bedient het studentenleven, terwijl cafés zoals Burgemeester Jansen zich richten op dertig-plussers. Andere ondernemers in het gebied profiteren ook van deze lage concurrentie.

Blijven loslaten

De volgende stap in de groeiende dynamiek van een gebied wordt het bewust inpassen van activiteit van starters, bijvoorbeeld door 'pop-up-ondernemingen'. Eigenaren en de gemeente merken dat cultureel ondernemerschap een goede invloed heeft op de aantrekkingskracht en waarde van het gebied. Ze stimuleren tijdelijke, hippe activiteiten, omdat die op een goedkope manier alvast de gewenste identiteit neerzetten. Een gevolg van de aantrekkingskracht is wel dat de huren stijgen en startende ondernemers geen goedkope loodsen of ateliers meer kunnen vinden. Pop-ups komen dus in het gedrang zodra ontwikkelaars beginnen met bouwen. Gevolg? De dynamiek keldert weer. Het voortzetten van die dynamiek is erg afhankelijk van de veerkracht die het gebied in zijn geheel kan ontwikkelen op het moment dat 'alles' is afgerond.

Piushaven zal dus moeten laten zien dat het kan meebewegen met veranderende omstandigheden. Twee belangrijke begrippen daarbij zijn waardestijging en binding. Waardestijging kan, zoals gezegd, de dynamiek dempen. Maar misschien kan de groeiende

binding aan het gebied die dynamiek uiteindelijk vasthouden. Een aantal succesvolle ondernemers heeft zich aan Piushaven gebonden; ondernemers die specifiek voor deze locatie hebben gekozen. Dat kan de drijfveer vormen voor verdere ontwikkeling van de identiteit van Piushaven en voor het ruimte blijven geven aan nieuwe, nu nog onbekende initiatieven. Daarom zal, naast de ondernemers, ook de gemeente een rol op zich moeten nemen, om soms vast te leggen maar ook te blijven loslaten. Jessie Wagenaar van BPD gebiedsontwikkeling zegt: "Er moeten plekjes blijven waar je minder grip op het gebied hebt, die toch passen in je visie".

Nooit af

Mensen geven gebieden betekenis, maar dat heeft tijd nodig. Als het ene project af is, duikt het volgende op. Zo beginnen de bewoners van Fatima aan de zuidkant van de haven, een wijkje dat tot nu toe nauwelijks is geraakt door de havenontwikkelingen, zich te roeren. "Wanneer komen wij nu eens aan de beurt?" In 2033 loopt de erfpacht af onder het verguisde wooncomplex aan de kop van de Haven. Projectleider Mol ziet halsreikend uit naar dat moment, omdat dat weer nieuw perspectief biedt voor ideeën en ontwikkeling. Piushaven is, net als de stad, nooit af.



Lijst met geïnterviewden:

RIK KRENS

Directeur Krens Ten Brinke Projectontwikkeling, ontwikkelaar IJzergieterij

KEES SCHIPPER

Directeur Rialto Vastgoedontwikkeling, ontwikkelaar AaBé complex

JESSIE WAGENAAR

Directeur Verkoop en Gebiedsmarketing bij BPD Gebiedsontwikkeling, ontwikkelaar van Stadskade

RIEK BAKKER

Landschapsarchitect en stedenbouwkundige, heeft als supervisor Piushaven de leiding over de stedenbouwkundige processen.

JOHN KÖRMELING

Beeldhouwer en architect, ontwerper van de brug D'n Ophef

MICHEL DENEFF

Eigenaar en exploitant van Bed&Breakfast Villa Pastorie

LUDO HERMANS

Stedenbouwkundige bij de gemeente Tilburg

INGEBORG VERHEIJEN

Directeur Triborgh projectontwikkeling, een samenwerkingsverband van verschillende Tilburgse bouwers en woningbouwcorporaties

JOHN LA HAYE

Schipper, Initiatiefnemer Thuishaven Tilburg en Stichting Tilburg te Water

CAROLINE DOCTERS VAN LEEUWEN

Schipper, Initiatiefnemer Thuishaven Tilburg en Stichting Tilburg te Water

BEREND DE VRIES

Wethouder van Tilburg

THÉRÈSE MOL

Projectmanager gebiedsontwikkeling Piushaven bij de gemeente Tilburg

RALF EMBRECHTS

Onafhankelijk voorzitter Stichting Piushaven Levend Podium

ERWIN VAN DE VELDE

Eigenaar en exploitant Café Burgemeester Jansen

DANIËL MEIJER

Eigenaar en exploitant Café Burgemeester Jansen

CORNÉ SNELS

Eigenaar Hardy's

PAUL DE KANTER

Exploitant Stadsstrand "De Waterjump"

JAN BRUIL

Manager ontwikkeling en realisatie bij Bouwinvest

Uitgave:
WARDEN PRESS

Drukwerk:
ELKA PRINT B.V.

Vormgeving:
CAREL FRANSEN (STUDIO ROB VAN HOESEL)

Fotografie:
ELINE SIPS
IVO BASTIAANSEN
ARCHIEF GEMEENTE TILBURG
COLLECTIE STICHTING THUISHAVEN TILBURG

Tekst:
IVO BASTIAANSEN
MIEKE VAN DEN BRULE
EDWIN VAN DEN HEUVEL
MARIEKE PRINS
THIJS SCHOUTEN
ROB DE WIT
EVA WITTE
MAX VISSER
JAAP VROMANS
JOZIEN WIJKHUIJS

Bronnen:

- Het kleurenschema van SAMR Smart Agent Market Respons komt uit: G.J Hagen - 'Leefstijlen; de klant in de mand', 2006. Boss Magazine
- gebiedsontwikkeling.nu
- piushaven.nl
- *De Boom en het Rizoom*
Overheidssturing in een netwerksamenleving
Dr. M. van der Steen e.a. (2010, NSOB)

Warden Press

Dit is een uitgave van
Warden Press, Amsterdam © 2016

Eindredactie:
MARIEKE PRINS
JOZIEN WIJKHUIJS

De publicatie werd mogelijk gemaakt door:

- GEMEENTE TILBURG (piushaven.nl)
- KRENS TEN BRINKE (ijzergieterijtilburg.nl)
- VAN DE VEN (lourdeskade.nl)
- WONENBREBURG (wonenbreburg.nl)
- RIALTO (aabefabriek.nl)
- BPD (nieuwbouw-stadskade.nl)
- TRIBORGH (aandewaterkant.nl)
- VANDERWEEGEN (vanderweegen.nl)
- TIWOS (nieuw-jeruzalem.nl)
- ORION (orionprojectontwikkeling.nl)
- VASTGOEDJUNIOR (vastgoedjunior.nl)
- RIEK BAKKER ADVIES



GEMEENTE TILBURG



Het nieuwe Tilburgse woongebied Piushaven is uniek. Het is een smeltkroes van industriële historie, rustig wonen en moderne stedelijke dynamiek. In de vijftien jaar die de gebiedsontwikkeling Piushaven nu duurt, is veel gebouwd en ontstond een sterk eigen karakter. Ruig en veelzijdig, vol mogelijkheden en bijzonder dankzij de aanwezigheid van het altijd verbindende water. Om het kristallen huwelijk tussen de gemeente Tilburg en de gebiedsontwikkeling Piushaven te vieren, beschrijft deze publicatie in zeven verdiepende artikelen de ontwikkeling die het gebied heeft doorgemaakt. In beeld en tekst verhaalt het over alle facetten van het project, van de bijzondere samenwerking tussen gemeente, ontwikkelaars, ondernemers en bewoners tot de vooruitstrevende stedenbouwkundige aanpak. Een aanpak die Piushaven op de kaart van Tilburg zette en op die van gebiedsontwikkeland Nederland.

PIUS
HAVEN

Warden **Press**



9 789492 004369 >