

GALERIE Tot eind jaar huurt Leonie Kuipers Heerlens winkelpand tegen kostprijs



Leonie Kuipers in haar galerie Kuipers Art in de Oranje Nassastraat



donderdag, 08 februari 2013
Foto: Bas Grootenboeg

Kunst te koop in noodlijdende straat

Maand voorzeggaven dient de naam Kuipers Art de glazen punt van het winkelpand Oranje Nassastraat 25. Vandaag gaat de galerie open.

Maand voorzeggaven dient de naam Kuipers Art de glazen punt van het winkelpand Oranje Nassastraat 25. Vandaag gaat de galerie open.

PROMOTIE Veldeke werkt samen met Urban Ads om winkelpanden aan te kleden met teksten in het Heerlens Dialect inzetten tegen leegstand

De Heerlens Dialect inzetten tegen leegstand. Veldeke werkt samen met Urban Ads om winkelpanden aan te kleden met teksten in het Heerlens Dialect.

De Heerlens Dialect inzetten tegen leegstand. Veldeke werkt samen met Urban Ads om winkelpanden aan te kleden met teksten in het Heerlens Dialect.

Verslag pilot-project Heerlen centrum mei 2012 tot mei 2013

Stichting URBAN ADS
www.urbanads.nl
 06 124 068 27

dinsdag, 26 maart 2013

Co-creaties leiden tot nieuwe winkelconcepten

Leegstand aanpakken zonder papieren tijgers

Heerlen • "In deze stad neemt niemand verantwoordelijkheid voor de leegstand", constateerde Sjaak Vinken twee jaar geleden. Hij zag ondernemers die hier graag aan de slag wilden. Ze liepen echter vast bij de traditionele toeketen: banken, eigenaren beleggers, makelaars en gemeente.



Sjaak Vinken (r) en Ben Boeke (l). Omdat woningstichting Wuller als eigenaar mee investeerde, kon vechtsportshoof Team Thriving op het Cornelisplein vorig jaar de deuren openen.

leeg is niet meer en ook de gebruikelijke vijfjaarscontracten zijn niet langer vastzetters. Ons hoekpand op het Cornelisplein stond leeg omdat de aanvankelijk beoogde huurder afhaakte. Ben Boeke's woort zal in de wijk en heeft als MMA kampioen naam gemaakt in de vechtsport. Zijn reputatie en aanpak vormen een voorbeeld voor andere jonge mensen uit de wijk. Bene's businessplan met aandacht voor jong en oud, man en vrouw, topsporter en amateur uit alle lagen van de bevolking sprak ons aan. Het ging niet om een ruimte die volgepropt wordt met sportuistellen, zoals je vaak ziet. Dit goede, creatieve concept was een pareltje dat we graag wilden beloven. We bestelden Ben in de aanloopperiode tegenover te komen met een aanpakplan en bouwden voor hem het pand deels cozy op, met o.a. een keuken en douche. Onze investering hiervoor werd in een extra huurpercentage verrekend, zodat Ben deze als startende ondernemer niet meteen zelf hoeft te betalen. Het pand heeft nu een positieve uitstraling, die ook de wijk leuker maakt. Door goed naar elkaar te luisteren en elkaar tegemoet te komen zijn nu alle partijen geholpen."



Sjaak Vinken en architect Roger Kengen vormen samen de drijvende kracht achter Urban Ads, inmiddels omgeploopt tot een stichting. Dit hun zoektocht naar de oorzaken van de leegstand in Heerlen werd al snel aangezien als de mededeling van de eigenaren van het vastgoed nodig was om de situatie te verbeteren. Maar ook de ondernemers kunnen het verschil maken. "De Willemstraat bijvoorbeeld kampte met een slecht imago en overdeed bij de ondernemers", aldus Vinken. "Ik ben bij iedereen naar binnen gestapt en heb ze uitgenodigd voor een nieuw gesprek in een van de leegstaande panden. In eerste instantie was er ontrouw, maar uiteindelijk ontstond er een winnend schaakstuk: een heel nieuw concept bedacht dat veel meer aansloot bij de markt en pastte in de wijk. Stilletjes nam de eigenaar het schakelstuk over en nu is het pand weer volgezet. Het succes van dit project is een voorbeeld voor andere winkelpanden in Heerlen."

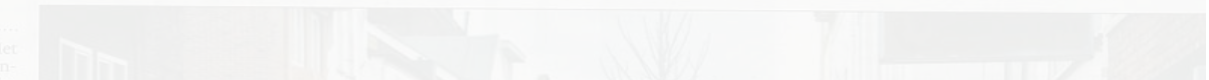
De lok leedde helemaal op en nu is het een succesvol bedrijf. De eigenaar van het pand is nu verzekerd van een stabiele huurder. Dit succesverhaal oogstte onverwacht veel publiciteit. Daarmee kwamen ook 'vinkens' ideeën en plannen voor ondernemers de Dautzenbergstraat en Oranje Nassastraat in een stroomversnelling. "Met dit soort samenwerkingsconcepten tussen pandeigenaren, ondernemers en creatievelingen als Roger Kengen, die onze plannen geweldig maar ook visueel, architectonische en structurele oplossingen tegen leegstand en verloedering. Aanvankelijk kon ik aan de slag in drie panden: wauwde heb ik de beschikking over twaalf stuks. Daarvoor zoek ik nog naar mensen die me vanuit hun passie verder kunnen helpen. Samen met ondernemers wil ik bouwen aan deze stad. Ondernemers met een nieuw winkelconcept kunnen hun droom realiseren een sportshoof voor vechtsport met privéleven en begeleiding op maat. Maar vechtsportshoof moet tegenwoordig creatief zijn om winkelpanden te vullen. De huurtoeslag van vijf jaar geleden is nu een voorbeeld voor andere winkelpanden in Heerlen."

leiding. Maar ook andere doelgroepen kunnen bij ons terecht. Bijvoorbeeld om zelfverdedigingscursussen te geven of voor het volgen van programma's om af te vallen. We draaien zelfs speciale kinder- en vrouwenroepjes. Via Sjaak Vinken kwam ik met mijn ideeën bij woningstichting Wuller terecht. Die hadden ruimte in het nieuwe winkelcentrum van Heerleinde. Geen alledaagse locatie voor een sportshoof, want die vind je eerder op een buitenlocatie. Maar toen Roger Kengen het idee gevisualiseerd had, vond ik het toch wel stout. Ook Welles was enthousiast over mijn plannen en hoe het pand eruit zou gaan zien. Daardoor is mee investeerden kon Team Thriving op het Cornelisplein vorig jaar de deuren openen. Inmiddels loopt het hier uitstekend. "Het succesverhaal van vechtsportshoof is een voorbeeld voor andere winkelpanden in Heerlen. Het succes van dit project is een voorbeeld voor andere winkelpanden in Heerlen."

Provincie belooft burgerinitiatieven
Vorig jaar is de Provincie Limburg gestart met het financieel ondersteunen van burgerinitiatieven die op actieve wijze bijdragen aan de leefbaarheid. Deze burgerinitiatieven kunnen zowel door (proces) burgers als door bedrijven worden genomen. "Wanneer je iets kunt bijdragen aan de oplossing van een groot maatschappelijk probleem, maar daarbij hulp nodig hebt, meld dat dan bij ons", adviseert Jos Speck van Provincie Limburg. "We bekijken of jouw idee past in onze visie en wat dan de mogelijkheden zijn om jouw initiatief te ondersteunen. De aanpak van stichting Urban Ads is een goed voorbeeld. Hier leveren wij financiële ondersteuning zodat Sjaak Vinken nog meer ondernemers en eigenaren van leegstaande panden kan helpen, in het belang van de Heerlense winkelpanden." Naast de ondersteuning van dit soort burgerinitiatieven ondersteunt de Provincie ook verbindingen tussen organisaties, corporaties, overheden en burgers. "Wanneer je ideeën hebt rondom bepaalde maatschappelijke thema's, kunnen via deze 'ketenaanpak leefbaarheid' ook profiteren van provinciale faciliteiten."

'Wij Willemstraat' gelooft weer in toekomst

oor Wilf Beijer
HEERLEN - 'Wij Willemstraat'. Met deze slogan staat de oude Heerlense winkelstraat na jaren van verloedering en toenemende leegstand



Stichting URBAN ADS

15 mei 2013 - verslag pilot-project
Gemeente Heerlen/Urban Ads.

Door Sjaak Vinken,
namens Stichting Urban Ads.



Posterpresentatie pilot-project Heerlen centrum.

Inleiding

Als burgerinitiatief en uit betrokkenheid met de stad is het plan voor het pilot-project ontstaan. Tijd om aandacht te vragen voor de leegstand in Heerlen centrum. De verwachting was dat het interactief invullen van 3 leegstaande panden in samenwerking met de gemeente Heerlen, zeker de impasse zou doorbreken. Middels de medewerking van 3 pandeigenaren en hun bedrijfsmakelaar alsmede een co-financiering door De Print Galerij (€15.000) en de gemeente Heerlen (€15.000), kon Urban Ads in samenwerking met de gemeente Heerlen een jaar aan de slag.

Omschrijving pilot-project - door Maurice Huppertz beleidsmedewerker economie bij gemeente Heerlen

Tijdelijke invulling leegstand: Wij nemen deel in het project 'Urban Ads'. Drie panden krijgen gedurende een jaar een interactieve invulling met stadspromotie. Daarbij wordt ondermeer gewezen op de activiteiten die in de stad (zullen gaan) plaatsvinden. Het project moet eigenaren aanzetten hun leegstaande panden anders te presenteren.

Presentaties en invullingen

Urban Ads heeft zich samen met gemeente Heerlen tijdens het pilot-project gericht op (stads) promotie. Stads promotie is volgens Urban Ads een belangrijk onderdeel om burgers betrokken te houden met de stad, tevens een goede manier om burgers actief mee te laten denken aan mogelijke oplossingen voor de toenemende leegstand. Hieronder een omschrijving van de presentaties/invullingen die gedurende het jaar in de pilot-panden plaatsgevonden hebben;

- 1] Algemene presentatie Cultura Nova (Dautzenbergstraat)
- 2] Cultura Nova programma met foto expositie (Dautzenbergstraat)
- 3] Algemene presentatie Limburg Theater (Oranje Nassaustraat)
- 4] Algemene presentatie Kasteel Hoensbroek (Oranje Nassaustraat)
- 5] Gedurende het jaar is er in de Oranje Nassaustraat i.s.m. Noos Design geëxperimenteerd met interactieve presentaties (bewegende elementen, interactief beeld en licht)
- 6] Expositie Kasteel Hoensbroek - i.s.m. Kasteel Hoensbroek - (Geerstraat en Dautzenbergstraat)
- 7] Algemene presentatie Rabo Ronde (Geerstraat)
- 8] Rabo Ronde foto expositie en programma (Geerstraat)
- 9] Aankondiging WK Wielerronde Heerlen - i.s.m. Hanny Bladt (Geerstraat)
- 10] Programma + foto expositie WK Wielerronde + programma - i.s.m. Hanny Bladt (Geerstraat)
- 11] Expositie en workshop airbrush door Heerlense kunstenaar Danny Slangen (Geerstraat)
- 12] Presentatie Historisch Goud - i.s.m. Rob van Dijck (Oranje Nassaustraat)
- 13] WAK- expositie amateur fotografie + kindertekeningen - i.s.m. cultuurscout Petra Stevens (Geerstraat)
- 14] Algemene presentatie Parkstad Limburg Theaters - i.s.m. Noos Design (Oranje Nassaustraat)
- 15] Foto campagne ENGAGE-project gemeente Heerlen - i.s.m. Ankie van der Sleen (In alle drie de pilot-panden) - Op verzoek van Ankie van der Sleen voor langere tijd.



Diverse presentaties.

Presentatie materialen

Voor de presentaties is gekozen voor semi-transparante banieren. De banieren zijn een halve meter achter de signing (ruit), aangebracht zodat er een mooi 3D-effect ontstaat. Door de semi-transparante banieren en de manier van ophangen is er toch nog genoeg inblik voor potentiële huurders.

Voor elke presentatie wissel worden steeds drie nieuwe unieke banieren ontworpen en geproduceerd. Voor het pand in de Geerstraat zijn speciale banieren ontwikkeld om hetzelfde resultaat te verkrijgen als de panden in de Oranje Nassaustraat en Dautzenbergstraat. In de Geerstraat werd per presentatie wissel sets van vier banieren aangebracht van 84 cm breed en 300 cm lang met een speciaal ontworpen ophangstelsel. Voor de raambelettering is gekozen voor een professionele raamfolie waardoor de etalages in combinatie met de banieren de uitstraling hebben van een bemande winkel.

De panden zijn verder aangekleed met grootformaat posters, schilderijen, canvassen en met spullen die te leen werden aangeboden door bijvoorbeeld Kasteel Hoensbroek, Historisch Goud, gemeente Heerlen en Cultura Nova.



Foto expositie en banieren Cultura Nova.



**Cultura Nova
Heerlen**
Van 24-08-2012
t/m 02-09-2012

Ontwerp

Voor elke presentatie deden Sjaak Vinken en Roger Kengen onderzoek en legden vooraf altijd bezoeken af om meer van het onderwerp af te weten, of ter inspiratie voor de opdrukken (ontwerp) van banieren en overige promotie materialen. Ook werden bewoners en creatieve collega's betrokken bij de presentaties.

Stichting URBAN ADS



Expositie amateurfotografie en kindertekeningen Cultura Nova.

Voor de WAK (week van de amateurkunsten), was er in het pand van de Geerstraat gedurende een week een expositie van kindertekeningen en amateurfotografie. Door de Heerlense airbrush kunstenaar Danny Slangen is een airbrush expositie gerealiseerd speciaal voor de WK Wiellerronde in Heerlen.



Airbrush expositie Danny Slangen.



Interactieve experimenten Noos Design.

In de Oranje Nassaustraat is een jaar lang i.s.m. Noos Design geëxperimenteerd met interactieve presentaties. De banieren werden bijvoorbeeld aangelicht door lampen die reageren op beweging van voorbijgangers. Middels computers, censoren en speciaal ontwikkelde software zijn meerdere interactieve presentaties gerealiseerd. Ook is er geëxperimenteerd met bewegende informatie dragers, die middels computers en censoren reageerden op voorbijgangers. Voor de *Foto campagne ENGAGE-project* zijn de ontwerpen van de poster campagne omgezet naar de banieren.

Heerlen

Presentatie
Project ENGAGE
Europese
bewustwordingscampagne.



URBAN ADS

Stichting URBAN ADS (043 246 0017) - Naam van de Urban
Ads: URBAN ADS (043 246 0017) - Stichting URBAN ADS
Tel: 043 246 0017 - www.urbandads.nl - www.heerlen.nl



Foto campagne ENGAGE-project.

Stichting URBAN ADS

BELANGRIJKE BEVINDINGEN.



Leegstand inzetten als reclamemiddel

Uit het pilot project is gebleken dat etalages niet aantrekkelijk zijn voor commerciële reclame. In de onderzoekfase en tijdens de uitvoering van het pilot-project bleek dat toonaangevende organisaties in Limburg (ondanks toezeggingen), uiteindelijk liever niet geassocieerd wilde worden met leegstand. Terwijl de insteek van Urban Ads juist was dat toonaangevende partijen zich middels leegstaande panden maatschappelijk kunnen profileren.

Conclusie;

commerciële reclame in leegstaande panden draagt niet bij aan een structurele oplossing voor de leegstand.

De rol van de (traditionele) makelaar

Gebleken is dat de pandeigenaar vertrouwd op het deskundige advies van de makelaar. Echter de traditionele aanpak is achterhaald en levert geen nieuwe huurders op. De makelaar zou extra inspanningen moeten leveren om langdurig leegstaande panden onder de aandacht te brengen.

Particuliere Pandeigenaren

Gebleken uit het pilot-project is dat particuliere pandeigenaren bereid zijn om te investeren in structurele oplossingen. De particuliere pandeigenaar is betrokken met de omgeving en met de straat. Zij zijn bereid om te investeren in nieuw ondernemerschap met nieuwe winkelconcepten.

Conclusie;

de particuliere pandeigenaar twijfelt over de meerwaarde van de traditionele makelaar en neemt zelf initiatief en denkt in het belang van de straat en van de stad.

Scholen

Het pilot-project heeft goede relaties en contacten opgeleverd. Een van die contacten zijn bijvoorbeeld diverse scholen uit Heerlen. Tijdens gesprekken met docenten kwam duidelijk naar voren dat jongeren geen binding (meer) hebben met Heerlen. Jongeren zijn er op ingesteld dat zij na de middelbare school Heerlen 'moeten' verlaten. Stichting Urban Ads ziet het als noodzaak om scholen te betrekken bij de projecten van Urban Ads in het centrum van Heerlen, zodat zij weer binding krijgen met de stad. Momenteel wordt er een project uitgewerkt samen met het Grotius College. De leerlingen gaan actief deelnemen aan de projecten van Urban Ads. Architect Roger Kengen (Urban Ads), is (tevens) docent bij Hogeschool Zuyd. Voor het nieuwe schooljaar wordt bekeken hoe de jonge architecten in opleiding kunnen bijdragen bij de projecten van Stichting Urban Ads.

Kritische noot

Het project in Heerlen centrum heeft alle potentie en heeft resultaat. Kuepers Art is een bewijs dat het kan. Een nieuw kwalitatief hoogwaardig winkelconcept in de Oranje Nassaustraat (in een van de drie pilot panden). De straat die twee weken geleden nog negatief door de EO op de landelijke TV in beeld werd gebracht. Ook de fotoreportage in de Trompetter sloeg de plank volledig mis. Er werden namelijk panden in beeld gebracht waar op dat moment keihard gewerkt werd. We werken in de Oranje Nassaustraat keihard aan nieuwe winkels!

Conclusie;

het is belangrijk dat we behaalde resultaten erkennen, presenteren en goed promoten, zodat bewoners (en de media), goed geïnformeerd worden over de positieve ontwikkelingen in Heerlen centrum.



Stichting URBAN ADS



Sportschool Heerlerheide i.s.m. Weller en Team Thriving.

Unieke co-creaties

Het pilot-project heeft aan nieuwe inzichten en goede ontwikkelingen bijgedragen. Het pilot-project heeft betrokken pandeigenaren wakker geschud en bewust gemaakt. Tevens heeft het pilot-project bijgedragen aan een breder draagvlak voor de aanpak van leegstand/leefbaarheid in Heerlen. Mede door het pilot-project zijn er door Urban Ads middels unieke co-creaties (Woonpunt, Weller, Provincie Limburg, gemeente Heerlen en met betrokken pandeigenaren), acht nieuwe winkelconcepten gerealiseerd in voormalige leegstaande panden, waaronder vier winkelconcepten in Heerlen (een viswinkel, een bakkerij, een sportschool en recent een commerciële galerie (in een van de drie voormalige pilot-panden).



Straataanpak Willemstraat 'Wij Willemstraat'.

Straataanpak

Mede door deelname aan het Open Innovatiefestival in de Willemstraat is de gezamenlijke 'straataanpak' ontstaan. Tijdens de 'innovatieve brainstormsessie' werd unaniem vastgesteld dat de Willemstraat een voorbeeldstraat is voor bepaalde straten in Heerlen centrum. Er zijn een aantal actiepunten op papier gezet om de (nieuwe) Willemstraat onder de aandacht te brengen. Samen met de ondernemers en bewoners uit de Willemstraat is een nieuwe winkeliers- en bewonersvereniging opgericht en een strategie voor de straat ontwikkeld 'Wij Willemstraat' is een hoogtepunt voor Urban Ads en een voorbeeld voor de gezamenlijke 'straataanpak'.

Stichting URBAN ADS



Kueperst Art, Oranje Nassaustraat 25 (in voormalig pilot-pand).

Structurele aanpak

Naast de € 15.000 co-financiering heeft Urban Ads afgelopen drie jaar ruim € 60.000 geïnvesteerd om inzicht en resultaten te behalen. Voor 2013 is Urban Ads gestart met een nieuw project. De goede ontwikkelingen uit de Willemstraat worden 'over het spoor' voortgezet. In opdracht van Jos Speck (Provincie Limburg), is Sjaak Vinken vanaf maart 2013 zes uur per dag actief in de Oranje Nassaustraat, de Dautzenbergstraat, de Stationstraat en in de kop van de Saroleastraat. De pandeigenaren, ondernemers en bewoners in voornoemde straten hebben samen met Urban Ads de handen ineengesloten om de leefbaarheid in deze straten te bevorderen. In samenwerking met de betrokken pandeigenaren zijn momenteel tien leegstaande panden in Heerlen centrum beschikbaar waar (startende) ondernemers tegen kostprijs aan de slag kunnen. De bedoeling is dat Sjaak Vinken samen met de pandeigenaren op zoek gaat naar geschikte ondernemers met unieke winkelconcepten. Gedurende het jaar gaat Urban Ads samen met de nieuwe ondernemers aan de slag. De eerste twee resultaten zijn reeds een feit (een commerciële galerie en een huiswerkbegeleiding concept). Momenteel is Sjaak Vinken samen met pandeigenaar Ruud Matteijs in gesprek met een zestal (startende) ondernemers met unieke winkelconcepten, waaronder een bewezen hip winkelconcept uit Amsterdam dat zich in de Oranje Nassaustraat wil vestigen. Inmiddels is Urban Ads ook met diverse scholen in Heerlen in gesprek die een bijdragen willen leveren aan het project in Heerlen centrum. De Provincie Limburg heeft steun toegezegd en heeft Sjaak Vinken reeds in maart 2013 groen licht gegeven om het project in Heerlen centrum te starten. Urban Ads doet ook een beroep op gemeente Heerlen om samen met de pandeigenaren, ondernemers, bewoners, scholieren en Urban Ads de schouders te zetten onder het Project in Heerlen centrum. **Samen kunnen we meer.**

Belangrijke datums die we alvast kunnen vermelden zijn:

Zaterdag 15 juni open dag in de Oranje Nassaustraat: *Stichting Oranje Nassaustraat en Stichting Urban Ads presenteren de beschikbare panden in de Oranje Nassaustraat en Dautzenbergstraat.*

Zaterdag 22 juni open dag in de Willemstraat 'Wij Willemstraat':

Feestelijke opening van de nieuwe Willemstraat 'Wij Willemstraat'. Met workshops en presentaties met wat de Willemstraat te bieden heeft.



Viswinkel Willemstraat.



Bakkerij Willemstraat.

GALERIE Tot eind jaar huurt Leonie Kuepers Heerlens winkelpand tegen kostprijs



Leonie Kuepers in haar galerie Kuepers Art in de Oranje Nassaustraat

Kunst te koop in noodlijdende st

Mooi vormgegeven siert de naam Kuepers Art de glazen pui van het winkelpand Oranje Nassaustraat 25. Vandaag gaat de galerie open met een eerste verkoopexpositie.

door **Wiel Beijer**

Eerst als Leonie Kuepers met haar galerie in het voormalige CBS-complex. Maar dat werkte niet. Te moeilijk te vinden. Ik wilde naar het centrum, wilde 'inzichtbaar zijn'. Dankzij Sjaak Vinken van Urban Ads, de richting die richt het lot van de panden.

Raad Matthijs van het winkelpand Oranje Nassaustraat 25. Daar was vele jaren de bekende slager 'Klaarsterd groentel' en later een brisillans. Vandaag gaat galerie Kuepers Art open in dit pand, gelegen naast de nieuwe bruidsmodezaak Persoon en met ingang naar Paulus. Inhoudelijke aankanten sluis 2014. Zaken die passen bij de panden.

gaat het minder met deze straat. „Het pand was heel geschikt om in te richten als galerie. Er lag een mooie vloer, in het plafond zaten spots en een wand was al wit geschilderd. Ik hoefde alleen van een tweede wand de spiegels te verwijderen. Ook de glazen pui is heel mooi. Die nodig passanten uit binnen te krijgen”, vertelt Leonie Kuepers. Als huur betaalt zij tot 1 januari alleen de kostprijs. Daarna is het meer huur betalen en moet de galerie vooruit komen zijn. Ik ga eruit dat ik hier volgend jaar ook nog zit. Anders begint ik er niet mee. Maar dat is het idee.

20-jarige galeriehoofd Amsterdam en Mijne Kuepers Art wil naar een plan met een markt opbouw. Het is leuk om te zien. Het is leuk om te zien. Het is leuk om te zien.



Co-creaties leiden tot nieuwe winkelconcepten

Leegstand aanpakken zonder papieren tijgers

Door **Willy Janssen**

Heerlen • „In deze stad neemt niemand verantwoordelijkheid voor de leegstand”, constateerde Sjaak Vinken twee jaar geleden. Hij zag ondernemers die hier graag aan de slag wilden. Ze liepen echter vast bij de traditionele loketten: banken, eigenaren beleggers, makelaars en gemeente.

Vinken was met zijn nog jonge bedrijf Urban Ads op zoek naar een bruisende creatieve cultuur in zijn Heerlen en besloot zijn steentje bij te gaan dragen in de strijd tegen leegstand. Niet met een zelfbedacht plan, maar door op de eerste plaats zelf bij alle partijen te informeren waarom al die panden eigenlijk leeg bleven staan. Door de bemiddeling van Vinken ontstonden vervolgens opvallende co-creaties waarbij ondernemers, eigenaren en andere betrokkenen samen tot bijzonder effectieve oplossingen kwamen. Inmiddels zijn er al zeven nieuwe winkelconcepten gerealiseerd en staan er twaalf op de wachtlijst.

Sjaak Vinken en architect Roger Kengen vormen samen de drijvende kracht achter Urban Ads; inmiddels omgedoopt tot een stichting. Bij hun zoektocht naar de oorzaken van de leegstand in Heerlen werd al snel duidelijk dat de medewerking van de eigenaren van het vastgoed nodig was om de situatie te verbeteren. Maar ook de ondernemers kunnen het verschil maken: „De Willemstraat bijvoorbeeld kampte met een slecht imago en onvrede bij de ondernemers”, aldus Vinken. „Ik ben bij iedereen naar binnen gestapt en heb ze uitgenodigd voor een nieuw jaarborrel in een van de leegstaande panden. Iedereen was er, ondanks alle achterliggende onvrede. Samen hebben we een streep onder het verleden gezet en ik heb de ondernemers op de man af gevraagd wat zij nodig hadden om dingen te verbeteren. Toen kwamen de ideeën en oplossingen naar boven. Om die te realiseren was wel een verbindende schakel nodig. Dat werd mijn rol.” Zo heeft Vinken samen de Marokkaanse uitbater van een kwijsend shoarmazaak een heel nieuw concept bedacht dat veel meer aansloot bij diens achtergrond en passie als kok. Samen met de eigenaar werd het shoarmazaakje omgetuurd tot een eigentijds Marokkaans restaurant.



Sjaak Vinken (l) en Ben Boeke: (r). „Omdat woningstichting Weller als eigenaar mee investeerde, kon vechtschool Team Thriving op het Cornelisplein vorig jaar de deuren openen.”

De kok leefde helemaal op en runt nu een succesvol bedrijf. De eigenaar van het pand is nu verzekerd van een stabiele huurder. Dit succesverhaal oogstte onverwacht veel publiciteit. Daarmee kwamen opeens ook Vinkens' ideeën en plannen voor ondernemer de Dautzenbergstraat en Oranje Nassaustraat in een stroomversnelling. „Met dit soort samenwerkingsconcepten tussen pandeigenaren, ondernemers en creëerders als Roger Kengen, die onze plannen geweldig mooi kan visualiseren, ontstaan structurele oplossingen tegen leegstand en veroleiding. Aanvankelijk kon ik aan de slag in drie panden; inmiddels heb ik de beschikking over twaalf stuks. Daarvoor zoek ik nog naar mensen die me vanuit hun passie verder kunnen helpen. Samen met ondernemers wil ik bouwen aan deze stad. Ondernemers met een nieuw winkelconcept kunnen mij helpen, want Heerlen heeft nog zoveel mooie ruimte.” Ben Boeke kon dankzij de bemiddeling van Urban Ads zijn droom realiseren: een sportschool voor vechtsporten met privélessen en begeleiding op maat. „Want vechtsporters hebben behoefte aan meer persoonlijke begeleiding.”



donderdag, 28 februari 2013

PROMOTIE Veldeke werkt samen met Urban Ads om winkelpanden aan te kleden met teksten in het Heerlens

Dialect inzetten tegen leegstand

Steeds opnieuw probeert Veldeke het Heerlens onder het volk te brengen. Nu moeten spreuken in etalages het dialect promoten en tevens leegstand bestrijden.

door **Wiel Beijer**

Dr Sijpkelant: iets doet het alles voor geld. Doen voor geld alles! De speculant: Eerst doet hij alles voor geld. Daarna voor geld alles.



Sjaak Vinken (r.) van Urban Ads en Loek Damen van Veldeke kijken toe hoe Lonneke Houben de dialecttekst in haar etalage ophangt. foto Roger Dolmen

Om 17.00 uur gaat tentoonstelling 1 te met schildderen van Zeen tot we met 1. Zomaar een voorbeeld van een dialecttekst met vertaling die passanten de komende tijd aantreffen in etalages in de Willemstraat, de Dautzenbergstraat, de Oranje Nassaustraat en de Stationstraat in het Heerlense centrum. Niet alleen in etalages van leegstaande winkelpanden, maar wel vooral daar. Samen met Urban Ads, die mensen achter onder meer de imagocampagne 'Wij Willemstraat', gaat Veldeke in Heerlen het dialect promoten via teksten in winkels. „We beginnen in de Willemstraat en willen het daarna uitbreiden. Ons doel is om ons dialect uit te dragen. Veel Heerlenaren zijn hun dialect kwijtgeraakt en via deze tekstborden in etalages komen ze er weer mee in contact”, zegt Loek Damen van Veldeke Heerlen.

Plat kalle: Plat kalle is goed, platte kal is minder. **Dialect spreken:** Heerlens plat is mooi, platte taal is minder. **Zo snijdt het mes aan twee kanten**, vervolg Sjaak Vinken van Urban Ads. „Veldeke kan zo het dialect op een andere manier in de picture zetten en wij kunnen op een andere wijze leegstand aanpakken. Door samen op te trekken wordt het draagvlak voor onze activiteiten in de binnenstad groter. Via deze teksten wordt het probleem van de leegstand wat luchtiger aange-

pakt. Bovendien maken we op de wijze een nieuwe route door de binnenstad: de dialectroute. Maar zonder de hulp van de pandeigenaren kunnen we niets. Die moeten bereid zijn huurprijzen voor starters een jaar lang te verlagen. Alleen zo kun je nieuw ondernemer-

schap bevorderen. Dat lukt ons steeds beter. We begonnen met vier panden en hebben er nu acht. Volgens Loek Damen wil Veldeke het dialect niet alleen bij de autochtone inwoners onder de aandacht brengen. „Bij Turkse of Marokkaanse winkeliers kunnen we

de Heerlense dialectteksten ook in het Turks of Marokkaans vertalen. **Leegstand:** Mens die van Veldeke Heerle mit dees posters d'r leegstand te kinne teige hoate? **Leegstand:** Denken ze bij Veldeke Heerlen met dees posters de leegstand te kunnen tegehoeden?

krig je niet meer en ook de gebruikelijke vijfjaarscontracten zijn niet langer vanzelfsprekend. Ons hoekpand op het Cornelisplein stond leeg omdat de aanvankelijk beoogde huurder afhaakte. Ben Boeke woont zelf in de wijk en heeft als MMA-kampioen naam gemaakt in de vechtsport. Zijn reputatie en aanpak vormen een voorbeeldfunctie voor andere jonge mensen uit de wijk. Bens businessplan met aandacht voor jong en oud, man en vrouw, topsporter en amateur uit alle lagen van de bevolking sprak ons aan. Het ging niet om een ruimte die volgepropt wordt met sportoestellen, zoals je vaak ziet. Dit goede, creatieve concept was een pareltje dat we graag wilden behouden. We besloten toen in de aanloopperiode tegenom te komen met een aanvangshuur en bouwen voor hem het pand deels casco op, met o.a. een keuken en douches. Onze investering hiervoor werd in een extra huurpercentage verrekend, zodat Ben deze als startende ondernemer niet meteen zelf hoeft neer te tellen. Het pand heeft nu een positieve uitstraling, die ook de wijk ten goede komt. Door goed naar elkaar te luisteren en elkaar tegemoet te komen zijn nu alle partijen geholpen.”



Provincie belooft burgerinitiatieven

Vorig jaar is de Provincie Limburg gestart met het financieel ondersteunen van burgerinitiatieven die op actieve wijze bijdragen aan de leefbaarheid. Deze burgerinitiatieven kunnen zowel door (groepen) burgers als door bedrijven worden genomen. „Wanneer je iets kunt bijdragen aan de oplossing van een groter maatschappelijk probleem, maar daarbij hulp nodig hebt, meld dat dan bij ons”, adviseert Jos Speck van Provincie Limburg. „Wij bekijken of jouw idee past in onze visie en wat dan de mogelijkheden zijn om jouw initiatief te ondersteunen. De aanpak van stichting Urban Ads is een goed voorbeeld. Hier leveren wij financiële ondersteuning zodat Sjaak Vinken nog meer ondernemers en eigenaren van leegstaande panden kan helpen, in het belang van de Heerlense winkelgebieden.” Naast de ondersteuning van dit soort burgerinitiatieven ondersteunt de Provincie ook verbanden tussen organisaties. Corporaties, overheden of groepen bedrijven die zich organiseren rondom bepaalde maatschappelijk thema's kunnen via deze 'Ketenaanpak Leefbaarheid' ook profiteren van provinciale faciliteiten.

'Wij Willemstraat' gelooft weer in toekomst

oor **Wiel Beijer**

HEERLEN - 'Wij Willemstraat'. Met deze slogan slaat de oude Heerlens

