

Woonstad 's-Hertogenbosch, meewerken aan het goede leven



kern	consciëntieus	zakelijk	betrokken	onder elkaar	authentiek
emotie	recht van spreken	wederkerig	intens	gezellig	eigen
functie	praktisch	bindend	voorstrevend	agora	in traditie
streven	meesterschap	slim-samen	voorspoed	goede leven	zelfbewust

De identiteit van Woonstad 's-Hertogenbosch



Identiteit laat je kennismaken met Woonstad 's-Hertogenbosch

Onderzoek naar de gewenste identiteit van de Woonstad 's-Hertogenbosch, begint als een cultuur historische ontdekkingstocht. De stad waakt over haar rijk erfgoed. Dat heeft geresulteerd in de schat van authentieke historische plekken. Soms manifesteren die zich duidelijk en bepalen ze de aanblik van de stad. Soms zijn ze zelf nog nauwelijks ontsloten. Ze vormen de mis en scene voor het moderne dagelijkse leven in de stad. Onmiskenbaar zijn daarbinnen de vele hedendaagse nieuwbouwprojecten: rondom het station expressieve nieuwbouw, nieuwe culturele voorzieningen in en om het centrum en aan de randen van het centrum, een grote variëteit aan woonconcepten. Het pallet aan woonmilieus in de regio is daardoor sterk gevarieerd. Maar wat het meeste opvalt, is dat ondanks de vele nieuwbouwprojecten, de sfeer van de agora in de stad nog steeds voelbaar is. De agora, (de markt, hier ook het gebied eromheen) is net als in de Griekse polis het brandpunt van het sociale leven in de stad.

De kern van de Bossche identiteit manifesteert zich daar in de vanzelfsprekende wijze waarop hoogwaardig binnenstedelijke detailhandel, moderne architectuur, het cultuuraanbod zich voegen in de historische context met de kathedraal, de Binnendieze, de 'gezellige' restaurants. In een onbekommerde sfeer kuurt het publiek door dit gebied. Met deze vorm van onthaasting proeven de passanten de geneugten van het moderne goede leven. Global en lokal komen samen, het is de plek om terug te schakelen vanuit het tempo van alle dag.

Identiteit maakt communicatie over Woonstad 's-Hertogenbosch makkelijker

De binnenstad is een omgeving waar de moderne creatieve klasse in 's-Hertogenbosch zich moeiteloos thuis voelt. Zij treffen hun eigen eigentijdse ontmoetingsplekken, bruisende en dynamische stedelijkheid. In een sfeer waarin de authenticiteit van de historische gebouwen wordt gerespecteerd, en niet modieus wordt opgepoetst. Maar het is tegelijk ook de ontmoetingsplaats voor de kritische Bosschenaar die als een betrokken – en soms behoudzuchtige – burger, waakt over het historische erfgoed van de stad. Het is in deze sfeer van het vooruitstrevende met het historische, dat in de afgelopen decennia een nieuwe impuls heeft gegeven aan het sociale en culturele leven in de stad. Deze dynamiek tussen eigentijds en authentiek geeft een nieuw genoegzaam zelfbewustzijn aan de Bosschenaar. Het is dit vermogen om het vertrouwde karakter te combineren met succesvolle vernieuwing van Bossche samenleving, waar de Bosschenaar trots op is.

Dat zelfbewustzijn is nog vers en 's-Hertogenbosch moet soms daar nog aan wennen. Dan slaat het klein denken toe, uit de tijd van de generaliteitslanden, en is de muur van de stad weer het einde van de wereld.

Het economisch succes dat deze vorm van het goede leven mogelijk maakt, is dan ook pas recent tot stand gekomen. Na de bloei in het einde van de middeleeuwen vormen de afgelopen decennia eigenlijk de tweede echte bloeiperiode van de stad. De opkomst van kleine ondernemers, die investeren in het ontwikkelen van nieuwe toepassingen en innovaties, stuwt het succes van de stad.

Identiteit is bedoeld voor iedereen die plannen en ontwerpen maakt voor en in Woonstad 's-Hertogenbosch

Dat 's-Hertogenbosch daarin zo succesvol is, is te begrijpen vanuit de waardering van het praktische boven het academische dat de mensen in de stad zo kenmerkt. 's-Hertogenbosch is een stad van excellent-doen, van uitvoeren en van vakmanschap goed beheersen. Het is dan ook eerder een stad van HBO-instellingen en niet van universiteiten: 'We hebben hier geen universiteit nodig', stellen ondernemers. In de huidige tijd waarin de economie in Nederland verschuift van productie naar innovaties, in de tijd van de creatieve klasse van kenniswerkers, heeft 's-Hertogenbosch met zijn geschoolde doe-cultuur een streep voor. Met deze focus op geschoolde uitvoering ontsluiten ze een aantrekkelijke niche: het ontwikkelen van nieuwe toepassingen van bestaande kennis. 's-Hertogenbosch onderscheidt zich daarin van Eindhoven dat zich op 'echte' innovaties richt.

Het ontwikkelen van deze nieuwe toepassingen is heel lucratief en gebeurt in 's-Hertogenbosch in verschillende sectoren. Vooral in de argro-food, maar breder manifesteert zich dit ook in de initiatieven rond de Gruyterfabriek, de HBO instellingen (design), en de ICT sector. Het leidt tot veel nieuwe bedrijfjes die gestuurd worden door ontwerp- en toepassingsgericht ondernemerschap.

In de focus op het doen en het vakmanschap, zijn de sporen van het verleden zichtbaar. De metafoer van de oude gilden met hun 'meesterschap versus gezelligheid', dringt zich in dat verband op. Dat gebeurt niet alleen in de waardering voor praktische boven het academische. Het speelt ook in de leiderschapsstijl die bij de stad past en zelfs in de bijzondere ambiguïteit die de

Identiteit biedt professionals inspiratie, sturing en toetsing

Bosschenaar kenmerkt als het om 'gezelligheid' gaat. Geen stad heeft gezelligheid zo hoog in het vaandel staan. Geen stad ook die dat zo weet te relativeren: gezelligheid kent zijn tijd..., ook al is het oog van de meester soms nodig om de geemoedelijkheid of het opkomend kneuterige in de hand te houden.

De manier waarop 's-Hertogenbosch in de stad haar onderlinge samenhang bouwt, is bijzonder. Bosschenaren bouwen op elkaar. Ze weten wat ze aan elkaar hebben, wat ze van de ander kunnen verwachten. Mee-doen neemt de Bosschenaar in die zin letterlijk. Het onderling vertrouwen is op deze wederkerigheid gebaseerd. Daar spreken Bosschenaren elkaar op aan en het werkt als selectiecriteria om in de stad opgenomen te worden. Dat laatste is nu niet minder waar dan in de oudheid. Toen was een voorwaarde om poorter te worden dat je bereid was om deel te nemen aan een glide. Nu geldt dat buitenstaanders die de stad binnenkomen, worden beproefd op hun mee-doen en aanspreekbaar zijn op hun bijdragen. Het principe van deze onderlinge binding is gebouwd op wederkerigheid. Als je weet wat je aan iemand hebt, kun je daarop bouwen. Dit manifesteert zich ook in de ons-kent-ons netwerken. Deze netwerken staan open als je mee wilt doen, maar om door te dringen tot de harde kern, vraagt de nodige tijd en inzet. De netwerken vormen de voelsprieten voor het meten van het draagvlak voor vernieuwing. Maar stroperigheid kan ook het gevolg zijn, als zich geen concluderende bewegingen af tekenen. Dan ontbreekt het draagvlak voor vernieuwing en ontstaat een delibereren.

Identiteit verbindt ruimtelijke, sociale en culturele aspecten van Woonstad 's-Hertogenbosch

De onderliggende basis, het principe van wederkerigheid vormt ook de basis voor veel samenwerkingsinitiatieven binnen de stad. 'Slim-samen' is het adagium bij veel organisaties. De samenwerkingsverbanden vormen de voedingsbodem voor vernieuwende initiatieven, ook als het gaat om het werken aan de stedelijke samenhang, zoals in stedelijke vernieuwing. Ze bieden een platform voor nieuwe betrokkenheid voor de burgers.

Woonstad 's-Hertogenbosch is als inzet voor een campagne eigenlijk te klein gedacht. De kracht van de stad ligt in het vermogen een leefmilieu te bieden waarin modern ondernemerschap ingebed is in het bijzondere karakter van de stad. Stedelijkheid is hier eerder een warme, vertrouwde polis. Het levendige historische centrum biedt een combinatie van onverwachte stedelijkheid, aansprekend cultuuraanbod met nieuwe ontmoetingen, in een sfeer van vertrouwdeheid van een groene historische provincie stad. De stad is daarmee een heel aantrekkelijk basis voor jonge ondernemende professionals in creatieve (ontwikkende) beroepen met een toepassingsgerichte oriëntatie. Het zijn geen denkers maar doeners (evt. mee-doeners). De open doelgerichte en gevarieerde cultuur is voor deze professionals belangrijke software voor hun stedelijke omgeving, net zo belangrijk als het design van hun hardware in het aanbod van gevarieerde woonmilieus, het cultureel aanbod, en de agora van de binnenstad. Woonstad 's-Hertogenbosch gaat daarom niet over wonen, maar over het meewerken aan het goed(e) leven in 's-Hertogenbosch.

Identiteit verbindt waarden, klantgroepen en professionals