

Plan van Aanpak BIZ Eindhoven Centrum 2027-2031

Plan van Aanpak BIZ Eindhoven Centrum 2027–2031

Samen bouwen aan de binnenstad
die Eindhoven verdient

Stichting BIZ Eindhoven Centrum
Bureau Binnenstad Eindhoven

1. Inleiding	5
2. Stand van Zaken	11
2.1 Samenwerking met gemeente Eindhoven	
2.2 Resultaten 2022–2026	
3. Plan van Aanpak 2027–2031	19
3.0 Gebiedsgerichte strategie als uitvoeringsmodel	
3.1 Verblijfsklimaat	
3.2 Onderscheidend aanbod	
3.3 Activiteiten & evenementen	
3.4 Marketing & communicatie	
3.5 Gebiedsontwikkeling & transformatie	
3.6 Bereikbaarheid & mobiliteit	
4. Governance, financiering en proces	39

Bijlagen



1. Inleiding

Een sterke stad vraagt om een sterke binnenstad. Eindhoven bevindt zich in een cruciale fase van haar ontwikkeling. De stad groeit in hoog tempo door als economisch zwaartepunt van Brainport en als één van de belangrijkste innovatie-ecosystemen van Nederland en dus Europa. Die groei vertaalt zich in meer inwoners, meer internationale kenniswerkers, meer bezoekers, meer investeringen en een toenemende druk op de beschikbare ruimte in de stad.

Eindhoven ontwikkelt zich bovendien steeds nadrukkelijker van dagbesteding naar verblijfsbesteding. De groei van zakelijke bezoekers, internationale kenniswerkers, congressen, evenementen en leisurebezoekers zorgt voor een toenemende betekenis van de hotellerie en de bredere bezoekerseconomie.

De kwaliteit van het verblijf in de binnenstad wordt daarmee een steeds belangrijkere factor in de aantrekkelijkheid en concurrentiekracht van Eindhoven.

Die ontwikkeling biedt enorme kansen voor Eindhoven. Tegelijkertijd brengt zij grote verantwoordelijkheden met zich mee. Een stad die groeit, moet blijven investeren in kwaliteit. Niet alleen aan de randen van de stad of in nieuwe gebiedsontwikkelingen, maar juist in haar kloppend hart: de binnenstad.

De binnenstad is immers veel meer dan een concentratie van kantoren, winkels, horeca en voorzieningen. De kracht van de binnenstad wordt niet uitsluitend bepaald door deze economische functies. Juist de wisselwerking tussen economie, cultuur, design, ontmoeting en stedelijke beleving maakt de binnenstad van Eindhoven onderscheidend. Culturele instellingen vormen daarin een onmisbare pijler. Zij zorgen voor verdieping, inspiratie, talentontwikkeling en publieksstromen en dragen daarmee direct bij aan de aantrekkelijkheid en economische vitaliteit van de binnenstad. Het is de plek waar bewoners, bezoekers, ondernemers, werknemers en investeerders ervaren waar Eindhoven voor staat. Hier wordt de stad beleefd. Hier wordt de stad gemaakt.

Juist daarom geldt: een sterke stad vraagt om een sterke binnenstad.

Als Eindhoven internationaal wil blijven concurreren in de strijd om talent, bedrijven, investeringen en bezoekers, dan moet de binnenstad daarin mee ontwikkelen. Internationale bedrijven vestigen zich immers niet alleen op basis van kantoorruimte, bereikbaarheid of campussen. Zij kijken nadrukkelijk ook naar het stedelijk klimaat: de kwaliteit van voorzieningen, levendigheid, cultuur, verblijfskwaliteit en aantrekkelijkheid van het centrumgebied.

De kwaliteit van de binnenstad is daarmee direct verbonden aan de economische concurrentiekracht van Eindhoven.

De afgelopen jaren hebben ondernemers en vastgoedeigenaren dat goed begrepen. Via de Bedrijveninvesteringszone (BIZ) Eindhoven Centrum is collectief geïnvesteerd in de aantrekkelijkheid en economische vitaliteit van het centrum. Dat heeft geleid tot een stevig professioneel georganiseerde publiek-private samenwerking tussen ondernemers, vastgoedeigenaren, Bureau Binnenstad Eindhoven, gemeente Eindhoven en andere stakeholders. De resultaten daarvan zijn zichtbaar.

6

Maar eerlijk is eerlijk: de grootste opgave ligt nog voor ons.

De komende jaren verandert Eindhoven fundamenteel. Grote gebiedsontwikkelingen zoals KnoopXL, District E, VDMA, Victoriapark en verdere binnenstedelijke verdichting zullen het centrum blijvend veranderen. Het aantal bewoners groeit sterk. Het bezoekersprofiel verandert. De retailmarkt transformeert. Horeca ontwikkelt door. Mobiliteit verandert. Internationale doelgroepen worden belangrijker.

De vraag is daarom niet óf Eindhoven verandert. De vraag is of ondernemers en vastgoedeigenaren voldoende georganiseerd blijven om mede richting te geven aan die verandering. Dat is de essentie van de BIZ Eindhoven Centrum. Niet alleen investeren in vandaag, maar gezamenlijk regie houden op morgen.

Daarom vragen wij voor de periode 2027–2031 opnieuw om vertrouwen in de voortzetting van de BIZ Eindhoven Centrum.

Met vriendelijke groeten,

Raad van Toezicht: Joost Helms, Alexander Holterman, Maarten van Lit

Bestuur: Rinie Rovers, Esther Paulus Maalsté, Simon de Wit, Jeroen Renders, Albert Kivits

Bureau Binnenstad Eindhoven: Eric Duffhuis, Eline Hintzen, Mici Fiedeldij





Wie mee wil bepalen hoe
de binnenstad van morgen
eruit ziet, moet vandaag
georganiseerd zijn



2. Stand van Zaken

Dertig jaar samenwerking als fundament voor de toekomst

De afgelopen decennia van samenwerking en de twee voorgaande BIZ-perioden hebben overtuigend laten zien dat structurele samenwerking werkt. Waar ontwikkelingen in de binnenstad in het verleden nog regelmatig versnipperd, ad hoc of projectmatig werden aangepakt, is in de afgelopen vijf jaar een stevig fundament gelegd voor duurzame publiek-private samenwerking.

Bureau Binnenstad Eindhoven heeft zich in deze periode ontwikkeld tot een professionele uitvoeringsorganisatie én strategische gesprekspartner voor ondernemers, vastgoedeigenaren, gemeente en andere stakeholders. Daarmee is een organisatie ontstaan die niet alleen projecten uitvoert, maar ook verbindt, signaleert, agendeert en richting geeft.

11

Dat is essentieel, want de dynamiek van een binnenstad ontstaat niet vanzelf. Een aantrekkelijke binnenstad vraagt dagelijks om aandacht, afstemming, keuzes en investeringen. Zonder centrale regie ontstaat versnippering. Zonder samenwerking ontstaan eilandjes. Zonder gezamenlijke agenda wordt het moeilijk om structurele kwaliteit te realiseren.

Juist daarin heeft de BIZ Eindhoven Centrum haar toegevoegde waarde bewezen.

Door collectieve middelen beschikbaar te maken, is het mogelijk geworden structureel te investeren in opgaven die individuele ondernemers of vastgoedeigenaren onmogelijk zelfstandig kunnen organiseren, maar waar iedereen wel direct of indirect van profiteert. Denk aan de kwaliteit van de openbare ruimte, veiligheid en gastvrijheid, marketing en positionering, evenementen en activatie, acquisitie, gebiedsontwikkeling en belangenbehartiging richting gemeente en stakeholders. De collectieve slagkracht die hierdoor is ontstaan, is inmiddels onmisbaar geworden.

2.1 Samenwerking met gemeente Eindhoven

De samenwerking tussen BIZ Eindhoven Centrum en gemeente Eindhoven heeft zich in de afgelopen jaren sterk ontwikkeld. Waar eerder vooral sprake was van afstemming op afzonderlijke dossiers, is inmiddels sprake van een structureel partnerschap waarin publieke en private belangen steeds beter op elkaar aansluiten.

Dat is ook noodzakelijk. De opgaven in de binnenstad worden immers steeds complexer en grijpen steeds sterker in elkaar. Een mobiliteitsmaatregel beïnvloedt bezoekersstromen en economische prestaties. Een ruimtelijke ingreep beïnvloedt verblijfskwaliteit en investeringswaarde. Besluiten over veiligheid, evenementen of vergunningen hebben direct effect op ondernemers, bewoners en bezoekers.

Juist daarom is de inbreng van ondernemers en vastgoedeigenaren onmisbaar binnen de samenwerking met de gemeente Eindhoven en specifiek Team Centrum. Bureau Binnenstad Eindhoven staat dicht op de dagelijkse praktijk en beschikt over actuele kennis van wat er leeft in de stad. Die praktijkkennis vormt een noodzakelijke aanvulling op beleidsmatige afwegingen binnen de gemeente.

Een belangrijke mijlpaal in de afgelopen BIZ-periode was de totstandkoming van de structurele samenwerkingsovereenkomst (SOK) tussen de Stichting BIZ Eindhoven Centrum en de Gemeente Eindhoven. Hiermee is de samenwerking niet alleen inhoudelijk, maar ook bestuurlijk en financieel stevig verankerd.

De gemeente Eindhoven heeft zich daarbij nadrukkelijk gecommitteerd aan de gezamenlijke agenda voor de binnenstad en stelt substantiële financiële cofinanciering beschikbaar. Hierdoor versterken publieke en private investeringen elkaar.

**De kracht zit daarmee in de combinatie.
Publieke en private investeringen
versterken elkaar.**

2.2 Resultaten 2022–2026

Van initiatief naar volwassen publiek-private samenwerking

De afgelopen tien jaar stonden niet alleen in het teken van projecten en activiteiten, maar vooral van institutionele groei, professionalisering en het bouwen van structurele slagkracht in de binnenstad van Eindhoven.

Waar de BIZ Eindhoven Centrum in eerdere jaren vooral functioneerde als een financieringsinstrument voor losse initiatieven en aanvragen, heeft de organisatie zich in deze periode ontwikkeld tot een volwassen publiek-private samenwerking met duidelijke governance, strategische focus en uitvoeringskracht.

Dat is misschien wel het belangrijkste resultaat van de afgelopen BIZ-periode.

De binnenstad van Eindhoven beschikt vandaag niet alleen over financiële middelen, maar vooral over een professionele organisatie die in staat is belangen te verbinden, kansen te signaleren, projecten te initiëren en complexe samenwerkingen te organiseren. Alles in het belang van de ondernemers en vastgoedeigenaren van de binnenstad en dus het belang van de binnenstad van Eindhoven!

Met de verdere ontwikkeling van Bureau Binnenstad Eindhoven is een uitvoeringsorganisatie ontstaan die dagelijks aanwezig is in de stad en fungeert als schakel tussen ondernemers, vastgoedeigenaren, hoteliers, gemeente, culturele partners, evenementenorganisaties en andere stakeholders.

Die professionalisering was noodzakelijk.

De uitdagingen in de binnenstad zijn immers groter en complexer geworden. Vraagstukken rondom bereikbaarheid, veiligheid, mobiliteit, placemaking, citymarketing, gebiedsontwikkeling en internationale positionering vragen om continuïteit, kennis en uitvoeringskracht.

Door de samenwerking met de gemeente is een model ontstaan waarin publieke en private middelen, kennis en menskracht elkaar versterken. De bijdrage van

ondernemers en vastgoedeigenaren via de BIZ heeft daarmee een veel grotere multiplier gekregen.

De jaarlijkse BIZ-opbrengst groeit richting één miljoen euro. De gemeente spreekt de intentie uit om gezamenlijk met Stichting BIZ de activiteiten uit het Plan van Aanpak te bekostigen. Hoe groot deze bijdrage precies zal zijn wordt duidelijk na vaststelling van de gemeentelijke begroting in het laatste kwartaal van het jaar, maar deze bedraagt minimaal € 200.000 die met dit doel al structureel in de gemeentebegroting is opgenomen.

Dat heeft de slagkracht van de binnenstad aanzienlijk vergroot. Ook inhoudelijk is de impact duidelijk zichtbaar.

De afgelopen jaren is structureel geïnvesteerd in het aantrekkelijker, veiliger en onderscheidender maken van de binnenstad. Er is geïnvesteerd in vergroening, bloembaskets, zomergroen, murals, sfeerbeheer, veiligheid, programmering en placemaking. Ook op het vlak van activatie zijn belangrijke resultaten geboekt. De binnenstad heeft zich sterker ontwikkeld als podium voor activiteiten en evenementen die bijdragen aan levendigheid, bezoekersstromen en economische spin-off.

De samenwerking met iconische evenementen zoals GLOW, Dutch Design Week, Hit The City, Bridge, Liberation040 en Eindhoven Pride heeft de positie van de binnenstad als economisch en cultureel hart van de stad verder versterkt.

Projecten zoals Vrijstaat laten bovendien zien hoe Bureau Binnenstad Eindhoven verder kijkt dan traditionele binnenstadsprogrammering. Vrijstaat is een voorbeeld van hoe onderbenutte plekken tijdelijk kunnen transformeren tot betekenisvolle stedelijke ruimtes die ontmoeting, verblijf en identiteit versterken.

Daarnaast is ook de marketing en positionering van de binnenstad sterk geprofessionaliseerd. In samenwerking met Eindhoven365 en andere partners is gewerkt aan citymarketing, districtsmarketing en internationale promotie.

Minstens zo belangrijk is wat minder zichtbaar is, maar strategisch van grote waarde: de kwaliteit van samenwerking in de stad is sterk verbeterd.

De lijnen tussen ondernemers, vastgoedeigenaren, gemeente en stakeholders zijn korter geworden. Signalen uit de stad worden sneller opgepakt en vertaald naar concrete actie.

Een organisatie die ertoe doet

Terugkijkend kunnen we concluderen dat de afgelopen BIZ-periode veel meer heeft opgeleverd dan afzonderlijke projecten, evenementen of fysieke ingrepen in de openbare ruimte. Er is gebouwd aan een stevig fundament voor de toekomst. Er staat vandaag een professioneel Bureau Binnenstad Eindhoven met uitvoeringskracht, bestuurlijke slagkracht en een sterk netwerk binnen de stad.

Misschien wel de belangrijkste conclusie is daarom deze: de BIZ Eindhoven Centrum heeft zich ontwikkeld van een investeringsinstrument naar een strategisch platform voor gezamenlijke stedelijke ontwikkeling.

Daarmee is BIZ Eindhoven Centrum uitgegroeid tot een van de meest professionele en slagvaardige binnenstadsorganisaties van Nederland. Dat is geen doel op zich en zeker geen reden om achterover te leunen. Integendeel.

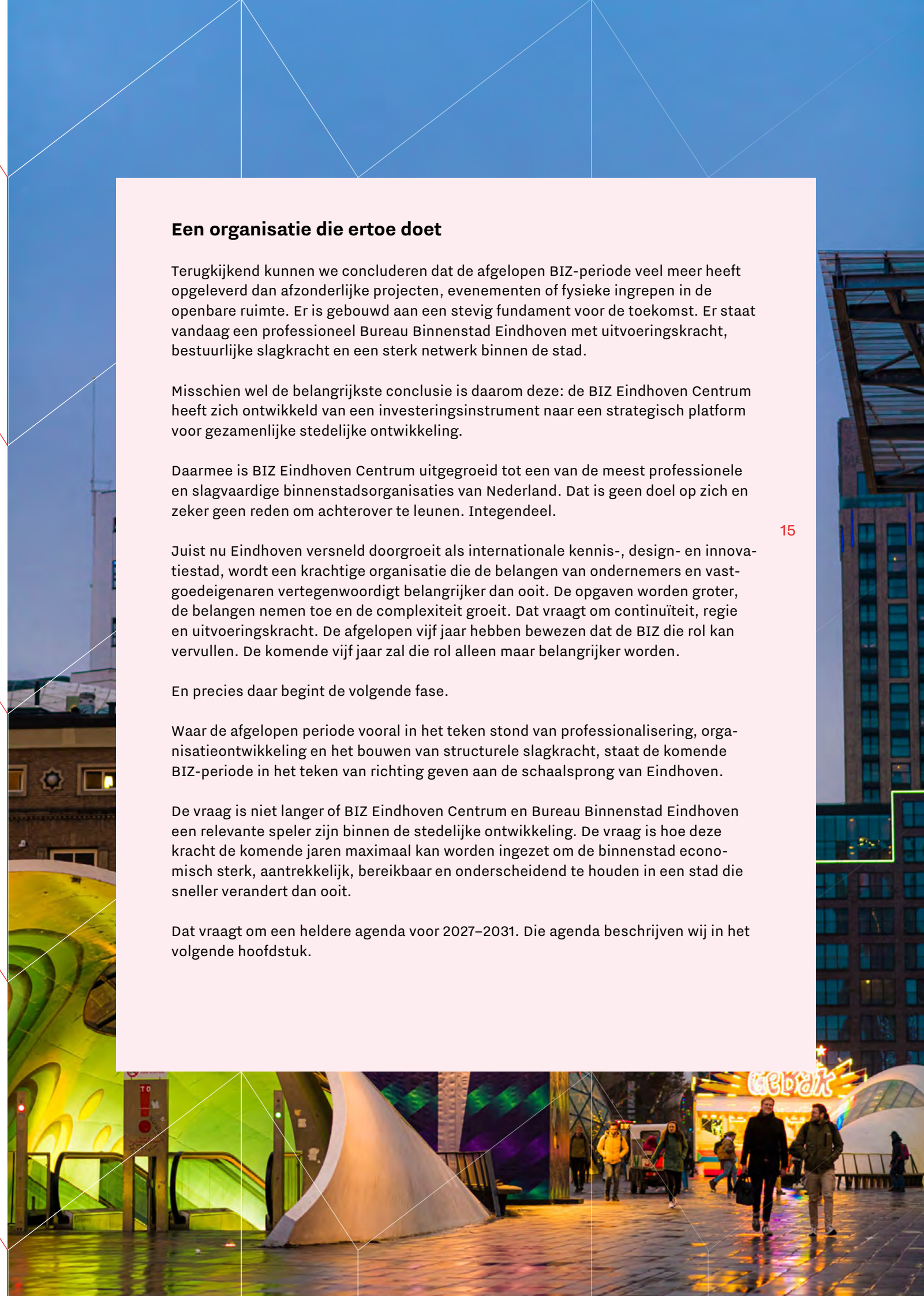
Juist nu Eindhoven versneld doorgroeit als internationale kennis-, design- en innovatiestad, wordt een krachtige organisatie die de belangen van ondernemers en vastgoedeigenaren vertegenwoordigt belangrijker dan ooit. De opgaven worden groter, de belangen nemen toe en de complexiteit groeit. Dat vraagt om continuïteit, regie en uitvoeringskracht. De afgelopen vijf jaar hebben bewezen dat de BIZ die rol kan vervullen. De komende vijf jaar zal die rol alleen maar belangrijker worden.

En precies daar begint de volgende fase.

Waar de afgelopen periode vooral in het teken stond van professionalisering, organisatieontwikkeling en het bouwen van structurele slagkracht, staat de komende BIZ-periode in het teken van richting geven aan de schaa sprong van Eindhoven.

De vraag is niet langer of BIZ Eindhoven Centrum en Bureau Binnenstad Eindhoven een relevante speler zijn binnen de stedelijke ontwikkeling. De vraag is hoe deze kracht de komende jaren maximaal kan worden ingezet om de binnenstad economisch sterk, aantrekkelijk, bereikbaar en onderscheidend te houden in een stad die sneller verandert dan ooit.

Dat vraagt om een heldere agenda voor 2027–2031. Die agenda beschrijven wij in het volgende hoofdstuk.



De kracht van de binnenstad
zit in haar ondernemers en
vastgoedeigenaren. Door samen te
investeren, samen keuzes te maken
en samen onze stem te laten horen,
bepalen we mede hoe de binnenstad
zich ontwikkelt





3. Plan van Aanpak 2027–2031

Groei vraagt om regie

De komende jaren zal Eindhoven verder verdichten en internationaliseren. Nieuwe woningbouw, grote gebiedsontwikkelingen en economische groei zullen de druk op de binnenstad verder vergroten. Dat biedt kansen.

Meer bewoners betekenen meer draagvlak voor voorzieningen. Meer bezoekers creëren economische kansen. Meer internationale talenten vergroten de vraag naar hoogwaardige stedelijke kwaliteit. Meer investeringen zorgen voor nieuwe dynamiek.

19

Maar groei leidt niet automatisch tot kwaliteit.

Zonder sturing kan groei ook leiden tot toenemende druk op bereikbaarheid, verlies van menselijke maat, afnemende verblijfskwaliteit, functieverdringing en een minder onderscheidend profiel. Groei kan een stad sterker maken, maar zonder duidelijke koers ook leiden tot verschraling of fragmentatie. Groei vraagt daarom om regie.

Juist in een stad die zo snel groeit als Eindhoven is een georganiseerde private stem noodzakelijk. Ondernemers en vastgoedeigenaren moeten niet alleen reageren op ontwikkelingen, maar actief bijdragen aan de richting ervan. Dat is precies wat de BIZ mogelijk maakt.

De komende jaren staat daarom niet alleen de vraag centraal wat we als binnenstad willen bereiken, maar ook waar die ambities concreet landen.

3.0 Gebiedsgerichte strategie als uitvoeringsmodel

Eén binnenstad, meerdere identiteiten

De binnenstad van Eindhoven is geen homogeen gebied. Het centrum bestaat uit verschillende districten, ieder met een eigen karakter, doelgroep, dynamiek en economische functie. Juist die diversiteit maakt de binnenstad aantrekkelijk, onderscheidend en toekomstbestendig.

Waar veel binnensteden nog als één gebied worden benaderd, vraagt Eindhoven om een andere benadering. Niet één generieke binnenstad, maar één samenhangende binnenstad, opgebouwd uit onderscheidende gebieden met elk een eigen profiel, identiteit en economische rol.

Die constatering is belangrijk. Want veiligheid vraagt in ieder gebied iets anders. Programmering vraagt per district om een andere aanpak. Ook acquisitie, marketing, mobiliteit en placemaking verschillen per deelgebied. Wat werkt in De Bergen, werkt niet automatisch in het Shopping District. Wat nodig is rondom Stationsgebied of Victoriapark, is wezenlijk anders dan in het Catharina District. De gebiedsprofielen vormen daarom een cruciale basis onder dit Plan van Aanpak.

De zes themalijnen van BIZ Eindhoven Centrum blijven leidend voor de inhoudelijke agenda. De gebiedsprofielen vormen daaronder het ruimtelijke uitvoeringsmodel. Anders gezegd:

De themalijnen bepalen wát we doen. De gebiedsprofielen bepalen wáár en hóe we dat doen.

Deze combinatie maakt maatwerk mogelijk. Niet iedere vierkante meter binnenstad hoeft hetzelfde te zijn. Sterker nog: de kracht van Eindhoven ligt juist in contrast, diversiteit en complementariteit. De binnenstad van morgen draait bovendien steeds minder om transacties en steeds meer om betekenis. De verschuiving van een functionele koopbinnenstad naar een menselijk stedelijk ecosysteem is al zichtbaar en zal de komende jaren verder versnellen.

De moderne binnenstad draait steeds meer om:

- ~ ontmoeting
- ~ verblijf
- ~ inspiratie
- ~ identiteit
- ~ beleving
- ~ sociale interactie

De binnenstad van de toekomst draait daarmee minder om de massa en meer om de mens. Dat vraagt om een gebiedsgerichte strategie. Die verwoorden we in de eerste gebiedspaspoorten.

Shopping District

Het economische hart van de binnenstad

Het Shopping District, met onder andere Demer, Vrijstraat en Rechtestraat, vormt het economische kerngebied van de binnenstad. Hier bevinden zich de grootste bezoekersstromen, de hoogste retaildichtheid en het grootste economische volume.

Dit gebied is van grote waarde voor Eindhoven. Het Shopping District functioneert als het commerciële hart van de binnenstad en vervult een belangrijke regionale functie. Voor veel bezoekers is dit nog altijd het meest herkenbare deel van het centrum. Tegelijkertijd staat het gebied onder druk.

De retailsector verandert snel. Online retail, veranderend consumentengedrag en toenemende concurrentie tussen steden zorgen ervoor dat het traditionele winkelgebied zich opnieuw moet uitvinden. De afgelopen jaren is bovendien zichtbaar geworden dat een te sterke dominantie van landelijke ketens kan leiden tot vervlakking en verlies van onderscheidend vermogen.

Dat is een belangrijk aandachtspunt.

De ambitie verschuift daarom van een traditioneel shopping district naar een inspiration district. Een plek waar niet alleen wordt gekocht, maar vooral wordt ontdekt, beleefd en geïnspireerd. Het Shopping District moet de plek worden waar de innovatieve en creatieve kracht van Eindhoven zichtbaar en beleefbaar wordt voor een breed publiek. Niet alleen een plek waar mensen consumeren, maar waar zij kennismaken met de identiteit van de stad.



Loes te Raaij
McDonalds – Markt en Demer



Dat vraagt om:

- ~ meer onderscheidende plinten
- ~ meer ruimte voor experiment
- ~ sterkere balans tussen ketens en unieke concepten
- ~ meer tijdelijke invullingen en pop-ups
- ~ zichtbare koppeling met design en innovatie

De economische kracht van het gebied blijft essentieel, maar zal in de toekomst steeds meer verbonden worden aan beleving en identiteit.

De Bergen

Het emotionele hart van de binnenstad

De Bergen vormt het meest karaktervolle en menselijke deel van de binnenstad. Met gebieden als Kleine Berg, Grote Berg, Wilhelminaplein en Nieuw Bergen heeft dit district een unieke mix van kleinschaligheid, onafhankelijke ondernemers, cultuur, horeca, vakmanschap en creativiteit. Waar het Shopping District vooral draait om schaal en economische massa, draait De Bergen om identiteit en emotionele verbondenheid.

23

De Bergen is de plek waar Eindhoven vertraagt.

In een stad die vaak wordt geassocieerd met hightech, innovatie en snelheid, biedt De Bergen juist ruimte voor ontmoeting, schoonheid, ontdekking en menselijke maat. Dat maakt het gebied buitengewoon waardevol. Juist de authenticiteit van De Bergen zorgt voor aantrekkingskracht bij zowel bewoners als bezoekers. Het district laat zien dat economische vitaliteit en menselijke schaal uitstekend samen kunnen gaan.

Tegelijkertijd brengt succes ook risico's met zich mee. Stijgende huren, gentrificatie en verdringing van karakterondernemers kunnen op termijn leiden tot verlies van authenticiteit. Daarmee zou juist de kwaliteit verdwijnen die het gebied zo onderscheidend maakt. De opgave voor de komende jaren ligt daarom in het versterken én beschermen van deze identiteit.

Dat vraagt om bewuste keuzes in acquisitie, programmering en gebiedsontwikkeling.

Catharina District

Het stedelijke energiehart

Het Catharina District staat voor stedelijke energie, cultuur, nachtleven en ontmoeting. Met onder andere Stratumseind, Dommelzone, Smalle Haven en de nabijheid van het Van Abbemuseum is dit één van de meest dynamische gebieden van de binnenstad.

Hier is Eindhoven rauwer, stedelijker en expressiever.

Het gebied heeft een unieke positie binnen de stad. Het vormt het centrum van de avond- en nachteconomie en draagt sterk bij aan de levendigheid en aantrekkingskracht van Eindhoven. Tegelijkertijd ligt hier een belangrijke ontwikkelopgave.

- 24 Het gebied wordt nog te vaak primair geassocieerd met uitgaan. Daardoor blijft potentie overdag onderbenut. Ook bestaat spanning tussen wonen, uitgaan en verblijfskwaliteit. De ambitie voor de komende jaren is daarom helder. Het Catharina District moet zich ontwikkelen van een primair uitgaansgebied naar een volwaardig 24-uurs cultuurdistrict.

Dat betekent een sterkere balans tussen:

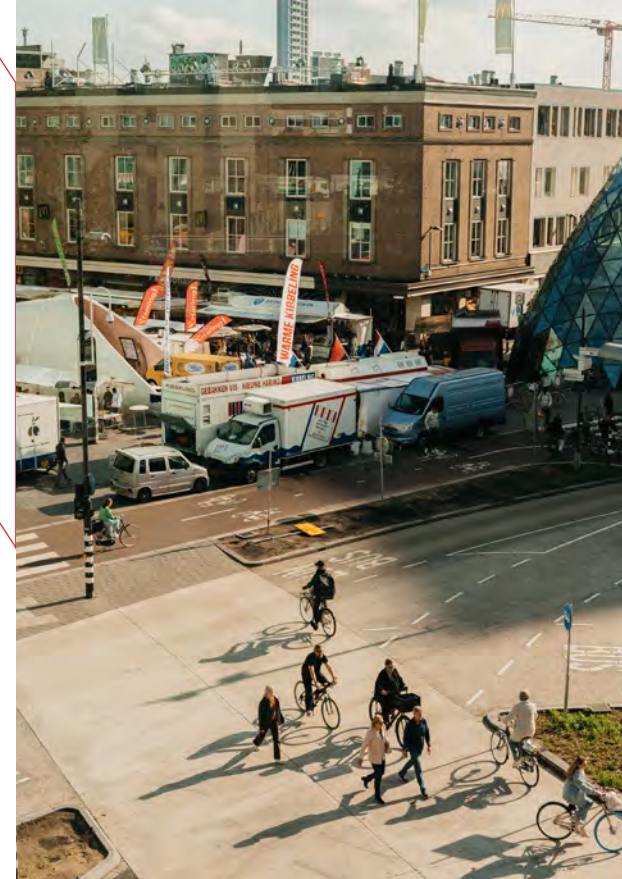
- horeca
- cultuur
- creativiteit
- dagprogrammering
- verblijfskwaliteit
- stedelijk wonen

Een district dat niet alleen in de nacht leeft, maar gedurende de hele dag relevant en aantrekkelijk is.

Dommel District

De groene stedelijke verbinding

Het Dommel District vormt de natuurlijke schakel tussen centrum, water, cultuur en wonen. In een verder verdichtende binnenstad krijgt dit gebied steeds grotere betekenis. Water, groen en openbare ruimte worden de komende jaren steeds belangrijker



Bram Moors
't Taphuys – Stationsplein

voor verblijfskwaliteit, klimaatadaptatie en stedelijke gezondheid. Juist in een stad die groeit in dichtheid, neemt de waarde van groene en rustige verblijfsplekken toe. Het Dommel District biedt kansen om de binnenstad menselijker, groener en klimaatbestendiger te maken. De horeca zal daarbij een belangrijke rol kunnen spelen.

Hier komen meerdere ambities samen:

- 🌊 **vergroening**
- 🌊 **waterbeleving**
- 🌊 **klimaatadaptatie**
- 🌊 **rust**
- 🌊 **verblijf**
- 🌊 **gezondheid**

Dit district laat zien dat economische vitaliteit en ecologische kwaliteit geen tegenstelling hoeven te zijn. Integendeel: ze versterken elkaar.

Victoriapark / Stationsomgeving

De internationale entree van Eindhoven

De stationsomgeving en Victoriapark behoren tot de meest strategische gebieden van de komende tien tot vijftien jaar. Hier komen vrijwel alle grote stedelijke ontwikkelingen samen: mobiliteit, internationalisering, wonen, hospitality, werken en stedelijke verdichting. Voor veel bezoekers vormt dit gebied straks de eerste kennismaking met Eindhoven.

Dat maakt de betekenis van deze locatie enorm.

De eerste indruk van een stad is vaak bepalend voor de perceptie van kwaliteit. Juist daarom moet dit gebied internationale kwaliteit uitstralen én tegelijkertijd onmiskenbaar Eindhovens zijn.

De opgave ligt in het combineren van:

- 🌊 **hoogwaardige stedelijkheid**
- 🌊 **gastvrijheid**
- 🌊 **slimme mobiliteit**
- 🌊 **architectonische kwaliteit**
- 🌊 **identiteit**

Dit district moet de ambitie van Brainport voelbaar maken.

TU/e District

Het kennisdistrict

De TU/e-zone representeert de kennis- en innovatiekracht van Eindhoven. Het gebied maakt nu nog geen wezenlijk onderdeel uit van het BIZ-gebied Eindhoven Centrum, maar zal, onder andere door de komst van het Rijksmuseum, steeds nadrukkelijker onderdeel worden van de binnenstedelijke agenda. Voor nu komen hier onderwijs, onderzoek, technologie en ondernemerschap samen. Het gebied is van grote betekenis voor de internationale positionering van Eindhoven als kennis- en innovatiestad.

De uitdaging voor de komende jaren ligt in het sterker verbinden van campus en binnenstad. De kennisenergie van Eindhoven mag nadrukkelijker zichtbaar en beleefbaar worden in het centrum. Innovatie moet niet alleen plaatsvinden op campussen en in labs, maar ook voelbaar zijn in het dagelijks stedelijk leven.

Dat biedt kansen voor:

- 🌊 **startups**
- 🌊 **scale-ups**
- 🌊 **talent**
- 🌊 **studenten**
- 🌊 **experiment**
- 🌊 **kennisdeling**

Een sterkere verbinding tussen TU/e en binnenstad versterkt zowel het economisch ecosysteem als het stedelijk profiel van Eindhoven.

De vergrote binnenstad

De binnenstad van morgen stopt mogelijk niet langer bij de traditionele centrumgrenzen. De economische, culturele en ruimtelijke dynamiek van Eindhoven ontwikkelt zich steeds nadrukkelijker als een netwerk van verbonden stedelijke gebieden. In dat perspectief verdienen gebieden zoals Strijp-S en Kruisstraat/Woenselse Markt nadrukkelijk aandacht.

Hoewel deze gebieden momenteel ook geen formeel onderdeel uitmaken van het BIZ-gebied Eindhoven Centrum, zijn zij van toenemend belang voor de aantrekkingskracht, identiteit en economische vitaliteit van de stad als geheel en daarmee indirect ook voor de binnenstad.



Strijp-S laat zien hoe Eindhoven industrieel erfgoed, design, creativiteit, placemaking en hoogwaardige stedelijkheid succesvol kan combineren. Het gebied heeft zich ontwikkeld tot een krachtig creatief stadsdistrict met internationale uitstraling.

De Kruisstraat en Woenselse Markt laten een heel andere, maar minstens zo waardevolle stedelijke kwaliteit zien. Hier komen multiculturele identiteit, foodcultuur, dagelijkse levendigheid, ondernemerschap en community-vorming samen op een manier die uniek is voor Eindhoven. Beide gebieden versterken de stad.

De opgave voor de komende jaren ligt daarom niet alleen in het versterken van de binnenstad zelf, maar ook in het intensiveren van de samenwerking met deze complementaire stadsgebieden. De binnenstad van de toekomst is daarmee niet langer uitsluitend een geografisch centrum, maar steeds meer een netwerk van verbonden stedelijke districten. Dat vraagt om een bredere blik.

28 Niet alleen kijken naar het centrum van vandaag, maar vooral naar de binnenstad van morgen.

3.1 Themalijn 1 – Verblijfsklimaat

De basis moet op orde zijn

Een sterke binnenstad begint bij de basis. Hoe aantrekkelijk het aanbod, hoe sterk de programmering of hoe ambitieus gebiedsontwikkelingen ook zijn — als de basis niet op orde is, komt alles onder druk te staan.

Die basis laat zich samenvatten in vier woorden: schoon, heel, veilig en gastvrij.

Dat klinkt vanzelfsprekend, maar vraagt dagelijks om aandacht, investering en regie. De kwaliteit van de openbare ruimte is immers één van de meest bepalende factoren in de beleving van een binnenstad. Bezoekers vormen vaak al binnen enkele minuten een oordeel. Die eerste indruk wordt niet alleen bepaald door

winkels, horeca of architectuur, maar juist door netheid, onderhoud, verlichting, groen, sfeer en veiligheid.

Een prettig verblijfsklimaat is daarmee niet alleen een kwalitatieve ambitie, maar ook een economische noodzaak.

Een aantrekkelijke binnenstad leidt aantoonbaar tot hogere bezoekerswaardering, langere verblijfsduur, hogere bestedingen en een grotere kans op herhaalbezoek. Daarmee is investeren in verblijfskwaliteit direct verbonden aan omzetontwikkeling en vastgoedwaarde. De komende jaren wordt dit thema alleen maar belangrijker.

De binnenstad wordt intensiever gebruikt door bewoners, bezoekers, studenten, internationale kenniswerkers en toeristen. Ook de verdichtingsopgave zorgt voor meer druk op de openbare ruimte. Tegelijkertijd nemen maatschappelijke uitdagingen toe, zoals overlast, onbegrepen gedrag, sociale problematiek en veiligheidsvraagstukken in avond- en nachturen. Dat vraagt om een integrale aanpak.

Bureau Binnenstad Eindhoven blijft daarom investeren in een hoogwaardig verblijfsklimaat via onder andere sfeerbeheer, vergroening, kwaliteitsimpulsen in de openbare ruimte, gastvrijheid, veiligheid en intensieve samenwerking met gemeente, politie, handhaving en andere partners.

De ambitie is helder: een binnenstad creëren waarin mensen zich welkom voelen, graag verblijven en met plezier terugkeren.

3.2 Themalijn 2 – Onderscheidend aanbod

De binnenstad moet relevant blijven

De rol van binnensteden verandert fundamenteel.

Waar de binnenstad vroeger primair een koopbestemming was, is dat model niet langer voldoende. Online retail heeft een groot deel van het functionele winkelen overgenomen. Consumenten komen daardoor steeds minder naar de stad voor pure transacties. Mensen bezoeken de binnenstad vandaag de dag vooral voor beleving, inspiratie, ontmoeting en sfeer. Dat vraagt om een andere kijk op het centrumgebied.

29

De binnenstad moet zich niet onderscheiden door simpelweg méér aanbod, maar door beter en unieker aanbod. De kracht van Eindhoven ligt in een zorgvuldig opgebouwde mix van retail, horeca, leisure, cultuur en innovatieve concepten die passen bij het DNA van de stad. Juist hier ligt een grote kans.

Eindhoven heeft nationaal en internationaal een sterk profiel opgebouwd als design-, technologie- en innovatiestad. Dat biedt mogelijkheden om concepten aan te trekken die niet overal landen. Denk aan vernieuwende retailformules, flagship stores, hybride concepten, lokale makers en hoogwaardige horeca.

Een onderscheidend aanbod ontstaat echter niet vanzelf.

Het vraagt om actieve acquisitie, marktkennis, gebiedsprofilering en samenwerking tussen ondernemers, vastgoedeigenaren en Bureau Binnenstad Eindhoven. Branchering vraagt om sturing. Nieuwe concepten vragen om begeleiding.

De binnenstad moet aantrekkelijk blijven voor:

- 🌊 **gevestigde merken;**
- 🌊 **innovatieve nieuwkomers;**
- 🌊 **lokale ondernemers;**
- 🌊 **makers en creatieve concepten.**

Daarbij blijft balans essentieel. Grote ketens zorgen voor trekkracht en stabiliteit. Onafhankelijke ondernemers zorgen voor identiteit, authenticiteit en onderscheidend vermogen. De opgave voor de komende jaren ligt in het versterken van die balans.

Een sterk aanbod trekt bezoekers. Een onderscheidend aanbod zorgt ervoor dat zij langer blijven, meer besteden en terugkomen.

3.3 Themalijn 3 – Activiteiten & evenementen

Programmering als economische motor

Levendigheid ontstaat niet vanzelf. Een bruisende binnenstad programmeert zichzelf niet. Activiteiten en evenementen zijn voor BIZ Eindhoven Centrum geen doel op zich, maar een strategisch instrument om economische vitaliteit, verblijfskwaliteit, gebiedsontwikkeling en stedelijke identiteit te versterken. Zij creëren ontmoetingen, versterken de identiteit van de stad en genereren extra bezoekersstromen. Dat heeft directe economische impact.

Die economische impact beperkt zich niet tot retail en horeca. Ook de hotelserie profiteert direct van sterke binnenstedelijke programmering. Grote evenementen, congressen, culturele programmering en zakelijke bijeenkomsten zorgen aantoonbaar voor extra overnachtingen, hogere bezettingsgraden en meer bestedingen in de stad. De hoteliers vormen daarmee een belangrijke partner binnen het binnenstedelijk ecosysteem. Zij zijn niet alleen aanbieders van overnachtingen, maar ook ambassadeurs van de stad en essentiële schakels in de bezoekerseconomie. Juist in een stad als Eindhoven, waar business, technologie, design en internationale netwerken samenkomen, groeit het belang van hoogwaardige hospitality sterk.

Retail, horeca en leisure profiteren van goed georganiseerde programmering die bezoekers activeert om langer te blijven en vaker terug te komen. Evenementen dragen bovendien bij aan merkbeleving en zichtbaarheid van Eindhoven. Maar programmering is geen doel op zich. Meer evenementen betekent niet automatisch meer kwaliteit.

De afgelopen jaren is steeds duidelijker geworden dat balans essentieel is. Activiteiten moeten bijdragen aan economische spin-off, verblijfskwaliteit en merkversterking. Tegelijkertijd moeten zij rekening houden met draagvlak onder ondernemers, vastgoedeigenaren en bewoners. Een levendige binnenstad is immers iets anders dan een overbelaste binnenstad. Bureau Binnenstad Eindhoven constateert dat een groeiend aantal evenementen leidt tot toenemende druk op bereikbaarheid, logistiek, openbare ruimte en economische toegankelijkheid van de binnenstad. Een bruisende binnenstad mag nooit verworden tot een structureel overbelaste binnenstad. Balans tussen levendigheid en werkbaarheid is daarom essentieel. De komende jaren kiest BIZ Eindhoven Centrum daarom nadrukkelijk voor kwaliteit boven kwantiteit.

Dat betekent focus op programmering die:

- ~ past bij het DNA van Eindhoven;
- ~ economische impact genereert;
- ~ bezoekers spreidt;
- ~ verschillende districten activeert;
- ~ onderscheidend is ten opzichte van andere steden.

Eindhoven hoeft niet méér van hetzelfde te programmeren. Eindhoven moet programmeren vanuit haar eigen kracht: innovatief, creatief, eigenzinnig en vooruitstrevend. Evenementen zoals GLOW en Dutch Design Week laten zien hoe sterk dat kan werken.

Bij die programmering spelen de culturele instellingen in en rondom de binnenstad een sleutelrol. De binnenstad van Eindhoven beschikt over een uitzonderlijk sterk cultureel ecosysteem. Musea, podia, theaters, muziek- en designinstellingen zorgen dagelijks voor programmering, publieksstromen, talentontwikkeling en culturele verdieping. Daarmee dragen zij niet alleen bij aan het culturele klimaat van de stad, maar ook direct aan de economische vitaliteit van de binnenstad. Gemeente Eindhoven gaat een stevige impuls geven aan de stadspas. In het coalitieakkoord 2026-2030 staat te lezen “met het invoeren van een brede stadspas geven we ook een impuls aan deelname aan onder andere culturele en sportieve activiteiten.” De culturele instellingen willen samen met de partners in het bestuur BIZ Eindhoven Centrum de mogelijkheden verkennen en verbinden aan het gebruik van de stadspas.

Bezoekers van culturele instellingen combineren hun bezoek immers vaak met horeca, retail en verblijf in de stad. Daarmee ontstaat een sterke kruisbestuiving tussen cultuur en economie.

Juist in Eindhoven ligt hier een bijzondere kans. De combinatie van technologie, design, innovatie en cultuur maakt het mogelijk om programmering te ontwikkelen die onderscheidend is in Nederland én internationaal relevant.

BIZ Eindhoven Centrum ziet culturele instellingen daarom nadrukkelijk als strategische partners in het versterken van de binnenstad. De komende jaren ligt de opgave in het verder verbinden van cultuur, design, technologie, retail en horeca tot één samenhangend binnenstedelijk programma.



3.4 Themalijn 4 Marketing & communicatie

Een groeiende stad vraagt om een sterker verhaal

Naarmate Eindhoven groeit, groeit ook het belang van positionering. Eindhoven concurreert steeds nadrukkelijker met andere steden om talent, bezoekers, bedrijven, congressen en investeringen. In die concurrentie is zichtbaarheid belangrijk, maar zichtbaarheid alleen is niet voldoende. Relevantie is belangrijker.

Dat betekent dat Eindhoven niet simpelweg méér moet communiceren, maar vooral consistenter en scherper moet communiceren over waar de stad en de binnenstad voor staan. De binnenstad speelt hierin een sleutelrol. Voor veel bezoekers vormt het centrum de eerste en meest bepalende kennismaking met Eindhoven. De binnenstad is daarmee het meest zichtbare visitekaartje van de stad. Daarom is het belangrijk onderscheid te maken tussen drie niveaus van marketing.

- ~ Citymarketing richt zich op de positionering van Eindhoven als stad en internationaal merk.
- ~ Binnenstadsmarketing richt zich op de aantrekkelijkheid en economische kracht van het centrumgebied.
- ~ Gebiedsmarketing richt zich op de unieke identiteit van afzonderlijke districten.

Deze drie niveaus zijn geen concurrenten van elkaar. Integendeel: zij versterken elkaar wanneer rollen en verantwoordelijkheden helder zijn. Voor Bureau Binnenstad Eindhoven ligt hier een belangrijke rol. De organisatie staat het dichtst op de praktijk en weet welke ontwikkelingen, ondernemers, concepten en gebieden de binnenstad daadwerkelijk kleur geven. Daarom mag de binnenstad niet slechts onderwerp zijn van citymarketing, maar moet zij mede richting geven aan citymarketing.

Hoteliers vervullen binnen deze positionering een bijzondere rol. Zij bevinden zich letterlijk en figuurlijk op het snijvlak van citymarketing, hospitality en bezoekersbeleving. Voor veel zakelijke en internationale bezoekers begint en eindigt de ervaring van Eindhoven in een hotel. Hoteliers zijn daarmee belangrijke ambassadeurs van de stad en waardevolle partners in het versterken van het merk Eindhoven. De groei van het

3.5 Themalijn 5 Gebiedsontwikkeling & transformatie

De binnenstad van morgen ontstaat vandaag

De komende jaren krijgt de binnenstad van Eindhoven een nieuwe fysieke werkelijkheid. Grote gebiedsontwikkelingen zoals KnoopXL, District E, VDMA, Victoriapark, Stadhuisplein en de verdere ontwikkeling van meerdere binnenstedelijke districten zullen de ruimtelijke structuur, routing, bezoekersstromen en economische dynamiek blijvend veranderen.

Dat biedt enorme kansen.

Meer bewoners en meer stedelijke verdichting creëren extra draagvlak voor voorzieningen en economische activiteit. Tegelijkertijd neemt de druk op ruimte, openbare kwaliteit en functiemenging toe. Dat vraagt om scherpe keuzes. Niet iedere ontwikkeling leidt automatisch tot een betere binnenstad. Zonder duidelijke visie bestaat het risico op versnippering, monotone programmering, zwakke plinten of verlies van menselijke maat.

Daarom wordt gebiedsontwikkeling steeds meer een strategisch thema voor BIZ Eindhoven Centrum. De binnenstad moet niet uitsluitend groeien in volume, maar vooral in kwaliteit.

aantal overnachtingen in de afgelopen jaren laat zien dat Eindhoven zich steeds nadrukkelijker ontwikkelt als verblijfsstad. Dat biedt kansen voor retail, horeca, cultuur en de bredere binnenstedelijke economie.

De ontwikkeling van New Dutch biedt hierin een krachtig perspectief. De combinatie van technologie, design, creativiteit, cultuur en ondernemerschap vormt een onderscheidend profiel dat vrijwel uniek is in Nederland. Culturele instellingen spelen een belangrijke rol in het zichtbaar en beleefbaar maken van dit profiel. Zij geven betekenis, verdieping en identiteit aan het verhaal van Eindhoven.

Marketing wordt daarmee steeds meer een strategisch instrument voor economische ontwikkeling.

Ruimtelijke kaders zoals locatieprofielen zijn belangrijke randvoorwaarden voor veiligheid en vergunningverlening, maar mogen niet automatisch leidend zijn voor de inhoudelijke positionering van evenementen. De inhoudelijke vraag moet altijd eerst zijn: welk evenement versterkt welk gebied en waarom?

Dat vraagt om aandacht voor:

- ⚡ **menselijke schaal;**
- ⚡ **functiemix;**
- ⚡ **sterke plinten;**
- ⚡ **routing;**
- ⚡ **verblijfskwaliteit;**
- ⚡ **districtidentiteit.**

Gebiedsontwikkeling gaat daarmee over veel meer dan vastgoed. Het gaat over de vraag wat voor binnenstad Eindhoven wil zijn. Een binnenstad waarin economische vitaliteit, menselijke maat en stedelijke kwaliteit hand in hand gaan. Kwaliteit vraagt sturing. Bureau Binnenstad Eindhoven wil een structurele regierol vervullen in de afstemming tussen organisatoren, ondernemers, vastgoedeigenaren, culturele instellingen, hoteliers en gemeente, zodat programmering beter aansluit op de economische en ruimtelijke ontwikkeling van de binnenstad.

3.6 Themalijn 6 Bereikbaarheid & mobiliteit

Bereikbaarheid blijft randvoorwaardelijk

Bereikbaarheid blijft één van de meest bepalende voorwaarden voor het economisch functioneren van de binnenstad. Dit onderwerp verdient expliciet aandacht. Een binnenstad kan nog zo aantrekkelijk zijn: wanneer bezoekers, medewerkers, bewoners en leveranciers moeite hebben om het centrum efficiënt te bereiken, komt de economische dynamiek onder druk te staan.

Dat geldt zeker voor Eindhoven.

Eindhoven vervult een sterke regionale functie. Een groot deel van de bezoekers komt van buiten de gemeentegrenzen. Voor deze doelgroepen blijft bereikbaarheid via meerdere modaliteiten essentieel. De mobiliteitstransitie vraagt terecht om verduur-



Wilbert Palm
Bastani – Vrijstraat

zaming, slimmer ruimtegebruik en meer aandacht voor lopen, fietsen en openbaar vervoer. Maar verduurzaming en bereikbaarheid mogen nooit tegenover elkaar worden gezet. De opgave ligt in het vinden van balans.

De binnenstad moet bereikbaar blijven voor: bezoekers, ondernemers, werknemers, bewoners en logistieke partners. Dat vraagt om een slim en gebalanceerd mobiliteitsstelsel waarin auto, fiets, openbaar vervoer, lopen en bevoorrading elkaar aanvullen in plaats van elkaar te beconcurreren. Voor ondernemers en vastgoedeigenaren is dit geen abstract beleidsvraagstuk.

Bereikbaarheid beïnvloedt direct:

- 🌊 **bezoekersstromen;**
- 🌊 **omzetontwikkeling;**
- 🌊 **aantrekkelijkheid voor huurders;**
- 🌊 **vastgoedwaarde;**
- 🌊 **investeringsbereidheid.**

37

Juist in een regio als Brainport, waar veel bezoekers en werknemers uit de regio en ver daarbuiten komen, blijft autobereikbaarheid een belangrijk onderdeel van de totale mobiliteitsmix. Een toekomstbestendige binnenstad is daarom niet per definitie autovrij. Een toekomstbestendige binnenstad is vooral slim georganiseerd, duurzaam én uitstekend bereikbaar. Bureau Binnenstad Eindhoven blijft daarom nadrukkelijk gesprekspartner in mobiliteitsvraagstukken.



4. Governance, financiering en proces

Een sterke organisatie als fundament onder de samenwerking

De kracht van BIZ Eindhoven Centrum zit niet alleen in de gezamenlijke financiële middelen, maar vooral in de wijze waarop ondernemers, vastgoedeigenaren, Bureau Binnenstad Eindhoven en gemeente Eindhoven samenwerken aan een gezamenlijke agenda voor de binnenstad.

De afgelopen jaren is deze samenwerking aanzienlijk geprofessionaliseerd. Waar de BIZ in eerdere periodes vooral functioneerde als financieringsvehikel voor collectieve activiteiten, is inmiddels een volwassen governancestructuur ontstaan waarin toezicht, bestuur en uitvoering helder van elkaar zijn onderscheiden.

Deze professionalisering past bij de schaal en complexiteit van de opgaven in de binnenstad. Een binnenstad als Eindhoven vraagt immers om een organisatie die niet alleen projecten uitvoert, maar ook bestuurlijke continuïteit borgt, strategische keuzes maakt en dagelijks regie voert op de uitvoering.

Daarom werkt BIZ Eindhoven Centrum met een governancemodel dat bestaat uit drie complementaire niveaus:

- ~ toezicht;
- ~ bestuur;
- ~ uitvoering.

Samen vormen deze de organisatorische basis onder de BIZ-periode 2027-2031.

4.1 Raad van Toezicht

De Raad van Toezicht ziet toe op het functioneren van de stichting, bewaakt de continuïteit van de organisatie en houdt toezicht op de strategische koers, governance en financiële gezondheid van BIZ Eindhoven Centrum.

De Raad van Toezicht vervult een onafhankelijke rol en zorgt ervoor dat de doelstellingen van de BIZ in lijn blijven met de belangen van ondernemers en vastgoedeigenaren in het centrum.

De Raad van Toezicht bestaat uit:

- 🌊 **Joost Helms**
- 🌊 **Alexander Holterman**
- 🌊 **Maarten van Lit**

De Raad van Toezicht heeft onder meer als taken:

- 🌊 **toezicht houden op de strategische koers;**
- 🌊 **toezicht houden op de financiële continuïteit;**
- 🌊 **bewaken van governance en transparantie;**
- 🌊 **adviseren van bestuur en directie;**
- 🌊 **fungeren als klankbord voor strategische keuzes.**

4.2 Bestuur BIZ Eindhoven Centrum

Het bestuur van de Stichting BIZ Eindhoven Centrum vertegenwoordigt de collectieve belangen van ondernemers, hoteliers, culturele instellingen en vastgoedeigenaren binnen het BIZ-gebied.

Het bestuur bepaalt de strategische koers van de BIZ, stelt prioriteiten binnen de meerjarenagenda en bewaakt dat de middelen worden ingezet conform de doelstellingen van het Plan van Aanpak.

Het bestuur opereert nadrukkelijk op strategisch niveau. Dat betekent dat het bestuur zich primair richt op:

- 🌊 **koersbepaling;**
- 🌊 **prioritering;**
- 🌊 **belangenafweging;**
- 🌊 **besluitvorming;**
- 🌊 **vertegenwoordiging van de achterban.**

Het bestuur bestaat uit vertegenwoordigers vanuit verschillende delen en sectoren van de binnenstad en vormt daarmee een belangrijke schakel tussen achterban en uitvoeringsorganisatie.

Het bestuur bestaat uit:

- 🌊 **Esther Paulus**
- 🌊 **Albert Kivits**
- 🌊 **Simon de Wit**
- 🌊 **Rinie Rovers**
- 🌊 **Jeroen Renders**

Het bestuur vergadert periodiek en wordt ondersteund door Bureau Binnenstad Eindhoven.

4.3 Bureau Binnenstad Eindhoven

De uitvoeringsorganisatie Bureau Binnenstad Eindhoven vormt de professionele uitvoeringsorganisatie van de BIZ. Waar Raad van Toezicht en bestuur toezien op governance en strategische koers, ligt bij Bureau Binnenstad Eindhoven de verantwoordelijkheid voor de dagelijkse uitvoering, regie en operationalisering van de binnenstedelijke agenda.

Bureau Binnenstad Eindhoven vervult daarbij meerdere rollen tegelijk:

- 🌊 **uitvoerder;**
- 🌊 **regisseur;**
- 🌊 **verbinder;**
- 🌊 **aanjager;**
- 🌊 **belangenbehartiger;**
- 🌊 **strategisch gesprekspartner.**

De organisatie opereert op het snijvlak van publieke en private belangen en zorgt voor verbinding tussen:

- 🌊 **ondernemers;**
- 🌊 **vastgoedeigenaren;**
- 🌊 **hoteliers;**
- 🌊 **gemeente;**
- 🌊 **stakeholders;**
- 🌊 **culturele instellingen;**
- 🌊 **evenementenorganisaties;**
- 🌊 **investeerdere;**
- 🌊 **ontwikkelaars.**



Eline Hintzen, Eric Duffhuis, Mici Fiedeldij

De dagelijkse leiding van Bureau Binnenstad Eindhoven is in handen van de directeur Eric Duffhuis.

De uitvoeringsorganisatie wordt ondersteund door aanvullende capaciteit op het gebied van projectmanagement, communicatie, administratie en bestuurlijke ondersteuning. Dit is in professionele en betrokken handen van Eline Hintzen als binnenstadsproducer en Mici Fiedeldij als bestuurlijk secretaris.

Hiermee beschikt Eindhoven over een professionele binnenstadsorganisatie die op dagelijkse basis regie voert op de gezamenlijke agenda.

4.4 Financiële systematiek

42 De financieringsstructuur van de BIZ Eindhoven Centrum blijft in de periode 2027–2031 in essentie gelijk aan de voorgaande perioden.

De financiële basis wordt gevormd door de jaarlijkse BIZ-bijdrage van ondernemers en vastgoedeigenaren binnen het BIZ-gebied. Deze bijdrage wordt via de gemeentelijke heffing geïnd en volgens de BIZ-systematiek beschikbaar gesteld aan de stichting.

Bijdrage ondernemer	Bijdrage eigenaar	Categorie WOZ-waarde
0 euro	0 euro	0 – 50.000 euro
235 euro	235 euro	50.000 – 250.000 euro
365 euro	365 euro	>250.000 – 1.000.000 euro
635 euro	635 euro	>1.000.000 – 4.000.000 euro
765 euro	765 euro	>4.000.000 – 8.000.000 euro
1.150 euro	1.150 euro	>8.000.000 euro

De jaarlijkse opbrengst van de BIZ wordt voor de nieuwe periode geraamd op circa € 950.000 per jaar.

Deze collectieve private investering vormt de basis onder de uitvoering van het Plan van Aanpak. Door de samenwerking met de gemeente is een model ontstaan waarin publieke en private middelen, kennis en menskracht samenkomen en elkaar versterken.

“Cultuur en ondernemerschap versterken elkaar. Juist die combinatie geeft de Eindhovense binnenstad haar energie, identiteit en aantrekkingskracht.”

Albert Kivits – bestuurslid BIZ Eindhoven Centrum, cultuur



De gemeente spreekt de intentie uit om gezamenlijk met Stichting BIZ de activiteiten uit het Plan van Aanpak te bekostigen. Hoe groot deze bijdrage precies zal zijn wordt duidelijk na vaststelling van de gemeentelijke begroting in het laatste kwartaal van het jaar, maar deze bedraagt minimaal € 200.000 die met dit doel al structureel in de gemeentebegroting is opgenomen.

Deze constructie kan ervoor zorgen dat de BIZ niet alleen collectieve investeringen mogelijk maakt, maar ook publieke middelen mobiliseert die anders niet of slechts beperkt beschikbaar zouden zijn voor de binnenstad.

De financiële middelen worden ingezet voor uitvoering van de gezamenlijke agenda binnen de zes themalijnen:

- 🌊 **verblijfsklimaat;**
- 🌊 **onderscheidend aanbod;**
- 🌊 **activiteiten & evenementen;**
- 🌊 **marketing & communicatie;**
- 🌊 **gebiedsontwikkeling & transformatie;**
- 🌊 **bereikbaarheid & mobiliteit.**

Jaarlijks wordt de begroting vertaald naar concrete uitvoeringsplannen en projecten.

4.5 BIZ-bijdragen en heffingssystematiek

De systematiek van heffing blijft ongewijzigd ten opzichte van de voorgaande BIZ-periode. De bijdrage wordt bepaald op basis van WOZ-categorieën en objectindeling binnen het vastgestelde BIZ-gebied Eindhoven Centrum.

De bestaande staffel en categorie-indeling uit de periode 2022–2026 blijft gehandhaafd, tenzij formele wijzigingen noodzakelijk blijken op basis van actualisaties in objectregistratie of gemeentelijke taxatiegrondslagen.

Het uitgangspunt blijft dat de lasten op een evenwichtige en proportionele wijze worden verdeeld over ondernemers en vastgoedeigenaren binnen het BIZ-gebied.

Deze systematiek zorgt voor:

- 🌊 **transparantie;**
- 🌊 **voorspelbaarheid;**
- 🌊 **evenredigheid;**
- 🌊 **bestuurlijke eenvoud.**

De exacte staffels en tarieven zijn opgenomen in het schema in paragraaf 4.4.

4.6 Proces richting herstemming 2027–2031

De herstemming voor de nieuwe BIZ-periode vormt een belangrijk moment voor de binnenstad van Eindhoven. Ondernemers en vastgoedeigenaren bepalen gezamenlijk of zij ook de komende vijf jaar willen blijven investeren in de toekomst van de binnenstad. Die keuze gaat over meer dan financiering. Het gaat over invloed. Het gaat over regie. Het gaat over de vraag of ondernemers en vastgoedeigenaren georganiseerd blijven in een stad die sneller verandert dan ooit.

De formele processtappen blijven grotendeels gelijk aan de vorige BIZ-periode. Het traject bestaat uit vier fasen.



“Een gastvrije binnenstad leeft van ’s ochtends vroeg tot ’s avonds laat. Horeca zorgt voor ontmoeting, beleving en levendigheid – en verleidt bezoekers om Eindhoven niet alleen te bezoeken, maar er langer te blijven.”

Simon de Wit – bestuurslid BIZ
Eindhoven Centrum, horeca

Fase 1 Informeren en consulteren

In deze fase worden ondernemers, vastgoedeigenaren en stakeholders geïnformeerd over de resultaten van de afgelopen periode en de ambities voor 2027–2031.

Hierbij is actief feedback opgehaald om het Plan van Aanpak verder te verrijken.

Fase 2 Definitief Plan van Aanpak

Op basis van de consultatiefase is het Plan van Aanpak definitief vastgesteld door bestuur en Raad van Toezicht. Hiermee ligt de inhoudelijke basis voor de nieuwe BIZ-periode vast.

Fase 3 Formele draagvlakmeting

De Gemeente Eindhoven organiseert conform de Wet op de Bedrijveninvesteringszones de formele stemprocedure.

Stemgerechtigden krijgen de gelegenheid zich uit te spreken over de voortzetting van de BIZ. Voor een geldige uitslag moet worden voldaan aan de wettelijke criteria voor opkomst en draagvlak.

Fase 4 start nieuwe BIZ-periode

Bij een positieve uitkomst start de nieuwe BIZ-periode per 1 januari 2027. De looptijd van deze periode bedraagt vijf jaar en loopt tot en met 31 december 2031.

Call to Action

De toekomst van de binnenstad begint bij een gezamenlijke keuze

De binnenstad van Eindhoven staat op een kantelpunt. De komende jaren zullen bepalend zijn voor de vraag hoe het economische, sociale en ruimtelijke hart van onze stad zich verder ontwikkelt. De keuzes die vandaag worden gemaakt, bepalen hoe Eindhoven er morgen uitziet — als vestigingsstad, als ontmoetingsplek, als economische motor en als visitekaartje van Brainport.

Die toekomst wordt niet vanzelf gevormd.

De kwaliteit van de binnenstad is geen gegeven. Zij ontstaat door visie, investeringen, samenwerking en gezamenlijke verantwoordelijkheid. Juist daarom is de BIZ Eindhoven Centrum van zo grote waarde.

De afgelopen jaren hebben laten zien wat collectieve slagkracht kan betekenen. Samen hebben ondernemers en vastgoedeigenaren gebouwd aan een professionele organisatie, een krachtige agenda en een binnenstad die sterker, aantrekkelijker en toekomstbestendiger is geworden. Maar de opgaven worden groter.

Eindhoven groeit sneller dan ooit. De stad verdicht, internationaliseert en ontwikkelt zich verder als toonaangevende kennis-, design- en innovatiestad. Dat biedt enorme kansen — maar alleen als we als ondernemers en vastgoedeigenaren georganiseerd blijven en onze stem laten horen. De vraag bij de herstemming is daarom in essentie eenvoudig.

- Willen wij de komende vijf jaar gezamenlijk invloed blijven uitoefenen op de toekomst van onze binnenstad?
- Willen wij blijven investeren in kwaliteit, bereikbaarheid, veiligheid, aantrekkelijkheid en economische vitaliteit?
- Willen wij samen blijven bouwen aan een binnenstad die past bij de ambitie van Eindhoven?

Wij geloven dat het antwoord daarop volmondig ja moet zijn.

- Willen wij een ja voor samenwerking.
- Willen wij een ja voor gezamenlijke slagkracht.
- Willen wij een ja voor continuïteit én ambitie.
- Willen wij een ja voor een sterke binnenstad.

Want alleen samen kunnen wij ervoor zorgen dat de binnenstad van Eindhoven niet alleen meegroeit met de stad, maar richting geeft aan de toekomst van de stad.

De toekomst van de binnenstad begint daarom niet morgen. Die begint vandaag. En die begint bij een gezamenlijke keuze.

Stem vóór de voortzetting van BIZ Eindhoven Centrum 2027–2031. Stem vóór een sterke, bruisende en toekomstbestendige binnenstad.

Voor vragen en/of opmerkingen over de BIZ Eindhoven Centrum, Bureau Binnenstad Eindhoven, de publiek-private samenwerking of andere zaken rondom de binnenstad van Eindhoven en de samenwerking kunt u contact opnemen via: eric@bureaubinnenstadeindhoven.nl



Teksten:
BIZ Eindhoven Centrum

Grafisch ontwerp:
Marc Koppen Ontwerp

Foto's:
Twycer
Rik Wolswijk
Visit Brabant
Emoves

In opdracht van Eindhoven365:
Cleo Goossens
Max Kneefel
Thijs Gombert

Drukwerk:
Drukkerij SNEP

BIZ Eindhoven Centrum/ Bureau Binnenstad Eindhoven
bedankt iedereen die heeft meegewerkt aan deze uitgave.

Voor vragen en/of informatie,
mail naar info@bureaubinnenstadeindhoven.nl

BIZ Eindhoven Centrum
Bureau Binnenstad Eindhoven
info@bureaubinnenstadeindhoven.nl



EINDHOVEN

BUREAU
BINNEN
STAD