



GELDROP-MIERLO VERBINDT STAD EN PLATTELAND

Op zoek naar 'het verhaal' en
het DNA van Geldrop-Mierlo

Versie 26-8-2022

Geldrop  Mierlo

GELDROP-MIERLO VERBINDT STAD EN PLATTELAND

Op zoek naar 'het verhaal' en
het DNA van Geldrop-Mierlo

Versie 26-8-2022

Geldrop  Mierlo

GELDROP-MIERLO VERBINDT STAD EN PLATTELAND

Op zoek naar 'het verhaal' en het DNA van Geldrop-Mierlo

Dit DNA-document vertelt 'het verhaal' van (de recente ontwikkeling van) Geldrop-Mierlo in historisch, demografisch en cultureel opzicht. Het doel is niet om een wetenschappelijk verantwoord overzicht te maken, maar te 'schatgraven' naar interessante en onderscheidende kenmerken die kansen bieden voor toekomstige ontwikkelingen en keuzes. Wat is 'typisch' Geldrop-Mierlo? Wat is onze (individuele en gezamenlijke) identiteit? Waar onderscheiden we onszelf mee (regionaal, nationaal)? Hoe kunnen we elkaar versterken en op welke gebieden?



HET DOEL VAN DIT DNA-DOCUMENT

Het doel van dit DNA-document is om als 'onderlegger' te dienen voor, bijvoorbeeld, de ontwikkeling van visie en koers in villagemarketing en als input voor de gemeentelijke toekomstvisie. Er is al veel verzameld en geschreven over Geldrop-Mierlo in eerdere trajecten, maar we zoeken nu naar verbreding, verdieping en gelaagdheid in het verhaal. Meer inzicht, meer overzicht, meer kleur, meer eigenheid en herkenning, meer karakter, meer menselijke maat. Het document biedt geen antwoorden of kant-en-klare oplossingen, maar biedt de mogelijkheid om gefundeerde en herkenbare keuzes te maken.

SAMEN MET STAKEHOLDERS

In het kader van dit DNA-document heeft Studio Clara -in overleg met het bestuur- met een gemengd gezelschap van 10 stakeholders gesproken:

- Bestuurders
- Ondernemers/vrijwilligers
- Inwoners

Hen hebben we onder meer de volgende vragen gesteld:

Wat is onze individuele en gezamenlijke achtergrond als gemeente Geldrop-Mierlo? (Historisch, ruimtelijk, sociaal, economisch, cultureel?)

Hoe heeft onze achtergrond ons gevormd tot wie wij zijn, wat is onze 'identiteit' als Geldrop-Mierlo?

Wat bindt ons met elkaar, met de Brainportregio, en wat onderscheidt ons in lokaal/regionaal opzicht?

Waar liggen onze kansen voor succesvolle ontwikkeling richting de toekomst?

Op basis van deze gesprekken schetsen we het volgende 'verhaal' van Geldrop en Mierlo. Naast deze gesprekken zijn er ook nog workshops 'dorpsmarketing' geweest.



“EEN VERZAMELING FABRIEKSWIJKEN EN EEN FORENZENDORP”

Hoewel beiden van oorsprong dorpen/heerlijkheden/ gehuchten met een agrarisch karakter, hebben Geldrop en Mierlo zich de afgelopen eeuw nadrukkelijk anders ontwikkeld. Mierlo heeft zich, ondanks ‘annexatie-perikelen’ in de jaren ‘90 waarin de gemeente zich gedwongen zag gronden af te staan aan Helmond, ontwikkeld tot een ‘groen/agrarisch forenzendorp voor beter gesitueerden uit de Brainport regio’ (in de lijn van Heeze, Nuenen en Waalre). Geldrop draagt tot op vandaag het verleden én het stempel met zich mee van een verzameling arbeiderswijken voor werknemers van de Eindhovense industrie (Philips, DAF, Scania). In de jaren ‘70 van de vorige eeuw was het de bedoeling dat Geldrop een grote sprong in inwoneraantal zou maken (naar plm 60.000 inwoners). Daartoe werden, naar voorbeeld van de Bijlmermeer en in de bestuursgeest van die tijd, grootschalige wijken uit de grond gestampt met veel flats en stempelbouw (waaronder de Coevering).

Met de komst van fabrieksarbeiders (import) uit de lagere sociale klasse, veranderde het volkskarakter van Geldrop: saamhorigheid en eenheid maakten plaats voor een zeer gemêleerde ‘melting pot’ met de nodige (overerfbare) sociale problemen en in de jaren ‘80 verpaupering van de oorspronkelijk mooie, groene nieuwbouwwijken. Ook het centrum van Geldrop veranderde. Gemoedelijkheid, herkenbare gevels en sociale ontmoeting (café’s) maakten plaats voor grootschalige gebouwen (bibliotheek) en ingrepen die niet altijd met evenveel visie werden ‘neergeplant’. (Met de ontwikkeling van het horecaplein wordt nu overigens geprobeerd een stukje van die nostalgie terug te brengen in het centrum van Geldrop).



The figure displays a series of nine maps of Geldrop, arranged in a 3x3 grid, illustrating the urban development of the area over time. Each map is labeled with its corresponding year in the top left corner: 1900, 1920, 1940, 1960, 1970, 1990, 2000, and 2020. The maps show the progression of urbanization, with the built-up area (grey) expanding significantly over the decades. The 1900 map shows a small settlement with a church and a few buildings. By 1920, the settlement has grown, and the surrounding agricultural land (green) is being converted. The 1940 map shows a more developed urban area with a railway line and a canal. The 1960 map shows a large, dense urban area with a complex road network. The 1970 map shows the urban area continuing to expand, with the built-up area (grey) covering a large portion of the map. The 1990 map shows a highly developed urban area with a complex road network and a large built-up area. The 2000 map shows the urban area continuing to expand, with the built-up area (grey) covering a large portion of the map. The 2020 map shows a highly developed urban area with a complex road network and a large built-up area. The maps also show the presence of water bodies (blue) and agricultural land (green) in the surrounding areas.

[illegible]

“GELDROP WIL TRANSFORMEREN, MIERLO IS BLIJ MET WAT HET IS”

Hoewel de voorgaande, beknopte analyse de indruk zou kunnen geven van een gevoel van kommer en kwel bij de geïnterviewden, is daar allerminst sprake van. Allereerst moet worden opgemerkt dat Geldropenaren zich bijzonder verbonden voelen met het Geldropse, en dat geldt eveneens voor Mierlonaren met het Mierlose. Maar er zijn grote verschillen in bele-

ving en motivatie. In Mierlo ‘is het gemakkelijk goed toeven’: er zijn minder verschillen in inkomens, minder sociale problemen, een sterk sociaal leven (met veel vrijwilligers), meer eenheid en van oudsher een gemoedelijke cultuur van acceptatie en integratie. Gezien de achtergronden en de ontwikkeling van Geldrop, is er hier meer werk aan de winkel.

“EEN SAMENGESTELD GEZIN, ONTSTAAN UIT EEN VERSTANDSHUWELIJK”

Er kan zonder meer worden gesteld dat de fusie tussen de gemeenten Geldrop en Mierlo, afgerond in 2004, geen vrijwillige keuze was, gebaseerd op gedeelde achtergrond of potentiële synergie.

Mierlo voelde “de hete adem van Helmond in haar nek”, die ten westen van haar grondgebied wilde uitbreiden met de wijk Brandevoort en dus geïnteresseerd was in annexatie van Mierlo. Onder druk van de provincie stond Mierlo gronden af, onder voorwaarde dat zij geen fusiegemeente zou worden. De belofte van de provincie hield echter geen stand en op initiatief van de interim burgemeester van Geldrop is toen gekozen voor een fusie met Geldrop. Een samengaan van Geldrop-Mierlo-Nuenen is nog onderzocht, maar stuitte op weerstand van de provincie, die geen ‘groene banaan’ (lees: grote gemeente) wilde tussen Eindhoven en Helmond.

Ná het samengaan zijn er vanuit de nieuwe gemeente (ondersteund door geldfondsen) diverse initiatieven ontwikkeld om de cohesie tussen beide kernen te vergroten, maar zonder veel succes. In Mierlo ging het namelijk gewoon goed; er was geen noodzaak of urgentie om de band met Geldrop te versterken. Er was eerder sprake van weerstand. Dat heeft in het bestuur van de fusiegemeente op den duur geleid tot een zekere gelatenheid en een houding van ‘pappen en nathouden’. Elkaar niet lastigvallen. Deze houding is nog steeds merk- en voelbaar. Kritiek op raad/ bestuur vanuit de geïnterviewden luidt in grote lijnen dan ook: gebrek aan eenheid, visie, trots, lef/ambitie, koers, een bestuurlijke vuist in de regio en “steeds opnieuw de keutel intrekken”.

MIERLO VOELDE “DE HETE ADEM VAN HELMOND IN HAAR NEK”

“IN DE CLUBJES ZIT HET GELOOF IN GELDROP”

Geldrop kent in feite twee ‘woongezichten’. Ook in Geldrop kun je prima en mooi wonen op een strategische plek in de regio; samen, of individueel zonder al te veel sociale bemoeienis.

Maar onderhuids is er bij bepaalde groepen Geldroppenaren de wil en de urgentie om van bepaalde woonwijken en het centrum samen weer ‘iets’ te maken. Om iets terug te brengen van de tijd van toen, in een modern en eigentijds jasje, toen ook Geldrop veel sociale ontmoetingsplaatsen had (o.a. de Joek) waar banden werden gesmeed voor het leven. Een generatie die iets over heeft voor het dorp en ook de jongere generaties wil behouden voor het dorp. Dit zijn de voortrekkers van vernieuwing en transformatie; ondernemend, ideeënrijk, loyaal aan Geldrop, met een groot sociaal hart maar ook strijdlustig, onafhankelijk, ‘rauw’ en direct. Hier zit een belangrijke bron van energie en ambassadeur-schap.



NADERE ANALYSE MIERLO

Mierlo is 'anders' dan Geldrop. En dat wordt ook zo gevoeld door de personen die wij zijn het kader van deze research hebben gesproken. Overigens voornamelijk jonge gezinnen, waarvan de vader een nieuwe baan kreeg in de regio, zo tussen 1970 en 1990. Wat aangeeft dat Mierlo zich in die tijd tot een forenzendorp heeft ontwikkeld. Geïnterviewden voelden zich onmiddellijk geaccepteerd in Mierlo, mits zichzelf actief bijdroegen aan het sociale leven (sport, vereniging, muziek). 'Je moet je plekje wel verdienen.'

Een binding met Geldrop is er niet of nauwelijks. Er wordt simpelweg niet over Geldrop gepraat. Geldrop wordt geassocieerd met het stadse; Mierlo met het landelijke of dorpse.

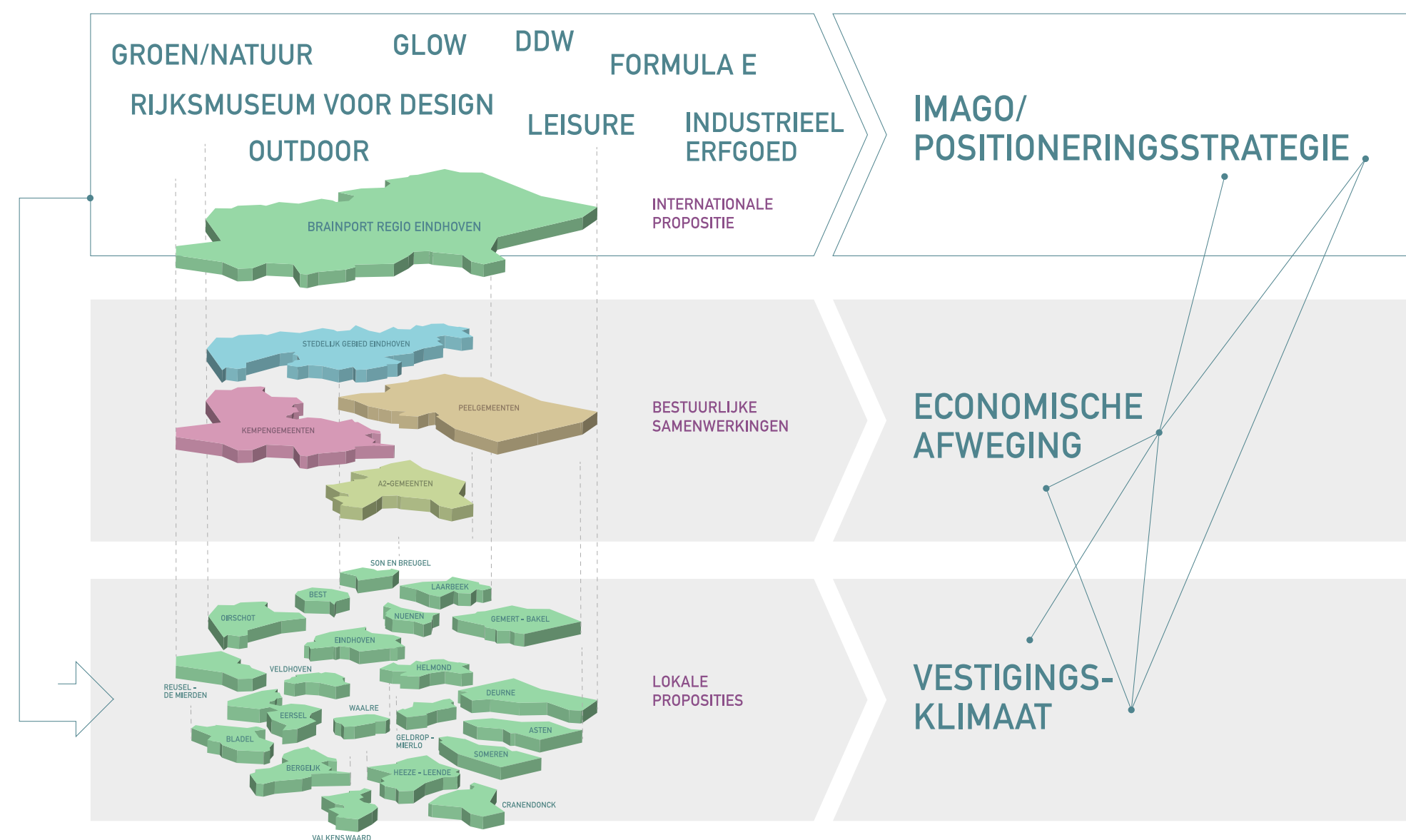
Er wordt ook wel gezegd: Mierlo heeft Geldrop nooit toe willen laten. Maar Helmond ook niet. De verdediging tegen annexatie of samengaan, is diepgeworteld bij de Mierlose bevolking. "Laat ons met rust, en anders..." Mierlo lijkt dus wat in zichzelf gekeerd. Tevreden met wat het is en wil blijven. Dáár gaat de energie naartoe.



“DE EENHEID ZIT ‘M JUIST IN DE VERSCHIEDENHEID”

Ten tijde van de fusie tussen de gemeenten Geldrop en Mierlo werd al gezegd: “De twee entiteiten kunnen prima naast elkaar bestaan.” (“Het verschil tussen Geldrop en Mierlo is a fact of life”). Dat is ook gebleken; het kan nog tot in lengte van jaren zo voortduren, maar dan wel echt naast elkaar, aanvullend en complementair, en niet met de rug naar elkaar toe. Steden, dorpen en regio's organiseren

zich rondom onderscheidende thema's/ontwikkelperspectieven, bundelen hun krachten en kwaliteiten en richten hun bestuurlijke inspanningen en financiële mogelijkheden. Geldrop-Mierlo, als (onbekende) vierde gemeente uit de regio, zal die ‘eenheid in verscheidenheid’ moeten vinden om niet steeds achteraan in de rij voor de ruif te staan.



DE VRAAG IS NU:

WELKE POSITIONERING BIEDT MOGELIJKHEDEN VOOR BEIDE KERNEN OM ZICH VERDER (NAAR ELKAAR TOE) TE ONTWIKKELEN? UIT DE ANALYSE BLIJKT DAT ER KANSSEN LIGGEN IN HET GEDIFFERENTIEERDE (WOON) AANBOD VAN GELDROP-MIERLO. EN IN DE MIX VAN STAD EN PLATTELAND.

OP HET SPANNENDE KRUISVLAK VAN STAD EN PLATTELAND

“ER IS EEN HERWAARDERING GAANDE, MEDE DOOR COVID-19, VAN WAT ER WERKELIJK TOE DOET EN TE LEREN VAN DE VOORDELEN VAN ZOWEL HET PLATTELAND ALS DE STAD: GROENE RUIMTE IN EN BUITEN DE BEBOUWDE OMGEVING, EEN MIX VAN KLEIN- EN GROOTSCHALIGE VOORZIENINGEN, SOCIALE NETWERKEN OP BUURTNIVEAU EN VOLDOENDE INTERNETCAPACITEIT (OP GLOBAL NIVEAU).”

Eveline van Leeuwen, hoogleraar stedelijke economie,
Trouw (13 april 2020)



“STAD EN PLATTELAND HEBBEN ELKAAR KEIHARD NODIG”

WAT BETEKENT HET OM TE WONEN IN GELDROP-MIERLO?

Vóóordat Geldrop-Mierlo zich met een marketingpropositie kan gaan richten op bezoekers/toeristen, is het eerst belangrijk om ‘in-tern’ consensus te krijgen over de vraag: Wat betekent het bijvoorbeeld om te wonen in Geldrop-Mierlo? Wat is het ‘woonmilieu’, hoe beleef je het en hoe voelt het aan?

De Visie op Wonen van het SGE omschrijft het woonmilieu van Geldrop-Mierlo als volgt:

Dorpse Rand (oostelijk):

- Dorps suburbaan wonen
- Landelijke, parkachtige kwaliteiten
- Goed HOV ontsloten
- Goede fietsverbinding naar Eindhoven en Helmond
- Dorpse uitbreidingswijken van Eindhoven

De omschrijving klopt, maar heeft nog geen betekenis en geen onderscheidend vermogen dat inwoners ook trots kan maken. Voor ‘in- en externe’ doeleinden stellen wij dan ook een onderscheidende positionering voor die we kunnen gaan ‘laden’ en die eveneens richting geeft aan toekomstige ontwikkelingen. Zowel fysiek, sociaal, economisch als beleidsmatig.

‘RURBAAN DENKEN’

Stad en platteland hebben lang een haat-liefde verhouding gekend, maar die tijd is voorbij. Het is ruim baan voor ‘rurbaan denken’: stad en platteland komen steeds dichterbij elkaar. De actieradius van burgers (auto, OV, e-bike) is enorm toegenomen en consumenten denken niet in clichés (stad/dorp) maar in convenience en comfort. Werken in de stad, woongenieten op het platteland (een tendens die enorm werd versterkt door COVID-19).

Geldrop-Mierlo is dé ideale transitiezone voor wie wil genieten van the best of both worlds. Voor wie niet in de hectiek van de stad wil wonen, maar ook niet geïsoleerd op het platteland. Voor wie een dorpse, groene gemeente zoekt met tegelijkertijd stadse voorzieningen. Daarmee positioneert Geldrop-Mierlo zich als ‘mix in de mix’.



VISIE OP WONEN - STEDELIJK GEBIED EINDHOVEN

“DEZE UNIEKE MIX
VAN STEDELIJKHEID
EN DORPSCULTU-
UR NOEMEN WE DE
‘CITY OF VILLAGES’
EN KENMERKT EN
VERSTERKT ONZE
RURBAAN
DENKEN

POSITIONERING VAN GELDROP-MIERLO

GELDROP-MIERLO HET STADTELAND VAN BRAINPORT

- **HET 'STADTELAND VAN BRAINPORT'**
- **HERKENBAAR ÉN BEWIJSBAAR VOOR BEIDE KERNEN**
- **STERKE, GEZAMENLIJKE POSITIE BINNEN BRAINPORT EN BRABANT (4E GEMEENTE VAN DE BRAINPORTREGIO)**
- **TRANSITIEGEBIED VAN STAD NAAR LEVENDIG PLATTELAND, VAN EINDHOVEN (URBAAN) NAAR GELDROP (SUB-URBAAN) NAAR MIERLO (RURAAL)**
- **BEST OF BOTH WORLDS**
- **STADSE VOORZIENING ÉN RUST EN RUIMTE VAN BUITEN**
- **ONTWIKKELING LANDSTEDELIJKE WOONMILIEUS**
- **DORPS WONEN, STEDELIJK LEVEN**

Op regionaal niveau onderscheidt Geldrop-Mierlo zich door de nauwe verbinding van stad en platteland. De *voordelen* van een dorp met een sterk stedelijk karakter (Geldrop), gelieerd aan de *voordelen* van een dorp met een sterk groen en landelijk karakter (Mierlo). Geen van de omringende dorpen in de regio hebben een soortgelijk profiel. Enkele voorbeelden:

- Gemeente Best richt zich onder de slogan Beleef Best op eendaags recreatief toerisme en opdat inwoners hun eigen dorp beleven.
- Gemeente Nuenen zoekt momenteel naar een bredere positionering dan alleen Vincent van Gogh
- Gemeente Veldhoven ziet voor zichzelf een schakelfunctie in de regio; een (bestuurlijk) platform voor regionale partners
- Gemeente Valkenswaard positioneert zich met de slogan FF offline in Valkenswaard als groene tegenanger/decompressiezone voor de Brainport regio

Geldrop is van oudsher een welgesteld, stedelijk middenklasse dorp. Diverse bouwwerken en voorzieningen wijzen daarop. De Heilige Brigidakerk, bijvoorbeeld, is uniek in Nederland. Gebouwd rond 1890, met een enorme achzijdige hoge koepel en 71 meter hoge torens, is het één van de belangrijkste werken van de architect Carl Weber.

Al in 1350 lieten Philip en Jan van Geldrop een kasteel bouwen in Geldrop, waar ooit de wereldberoemde Antwerpse schilder Peter Paul Rubens te gast was.

Het St. Annaziekenhuis (1931) heeft zich in de loop van de decennia ontwikkeld tot een belangrijk regionaal ziekenhuis met een eigen, herkenbaar karakter: gedeelde, persoonsgerichte zorg. Het St. Anna geniet bovendien landelijke bekendheid als 'sportziekenhuis'.

En ook anno 2022 heeft de combinatie Geldrop-Mierlo veel regionaal en/of landelijk bekende ondernemingen, toeristische trekpleisters, natuur en landgoederen, architectonische iconen en evenementen. Opvallend is daarnaast ook dat Geldrop en Mierlo, vanuit deze middenklasse achtergrond, relatief veel bekende Nederlanders hebben voortgebracht.

Er zit, kortom, van oudsher kracht in Geldrop-Mierlo. De kunst is nu om die kracht te gebruiken om GeldropMierlo te positioneren, samen met inwoners, als een unieke en ideale 'symbiose' tussen stedelijkheid en natuur.

**BOUW JE EEN
ZAAL WAARIN
MENSEN KUN-
NEN ONTMOET-
EN EN PLANNEN
SMEDEN**

**OF BOUW JE
EEN BAND TUS-
SEN MENSEN DIE
DAARNA PLANNEN
SMEDEN OM ZALEN
TE BOUWEN?**

**GEDREVEN DOENERS +
EEN DUIDELIJK VOEL-
BARE NOODZAAK +
HET VERBINDEN VAN
TALENTEN =**

EEN DYNAMISCH DORP

STERKE MERKEN

ECONOMISCHE ONTWIKKELINGEN



KÜHN (VOORHEEN PIET ZWEEGERS)
LANDBOUWMACHINEFABRIEK GELDROP

STERKE MERKEN

ECONOMISCHE ONTWIKKELINGEN



PEIJNENBURG (ONDERDEEL LOTUS BAK-
ERIES BELGIË) GELDROP



GNT BIOLOGISCHE KLEURSTOFFEN VOEDINGSINDUSTRIE
(WERELDSPELER) MIERLO



ANNA ZORGGROEP
GELDROP

STERKE MERKEN

TOERISTISCHE TREKPLEISTERS



DIERENRIJK op
LANDGOED GULBERGEN

STERKE MERKEN

TOERISTISCHE TREKPLEISTERS



WOLFSVEN VAKANTIEPARK
LUCHENSE BOSSEN MIERLO



GOLF DE GULBERGEN



HUP SPORHOTEL
(CARLTON-KETEN) MIERLO

STERKE MERKEN

TOERISTISCHE TREKPLEISTERS



KERSENVEILING-GEBOUW EN BOOMGAARDEN

NABIJE OMGEVING MIERLO

STERKE MERKEN

TOERISTISCHE TREKPLEISTERS



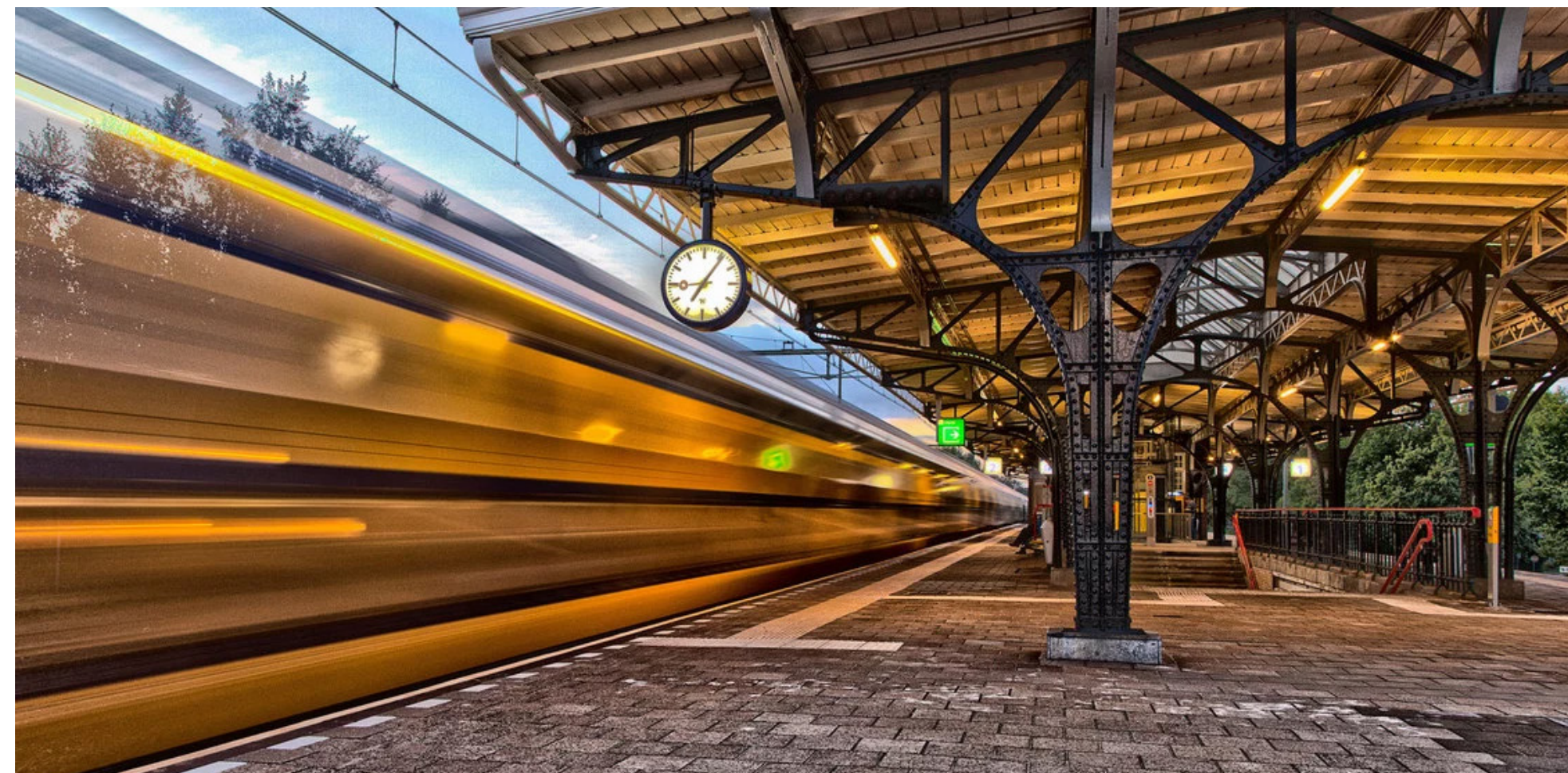
HORECAPLEIN (HEUVEL)

GELDROP



‘WEEFFABRIEK’ THANS NOG HOFDAEL

(INDUSTRIEL ERFGOED MET MUSEUM, CULTUREEL CENTRUM, CREATIEF CENTRUM, VOLKSUNIVERSITEIT ETC) GELDROP



STATION EN STATIONSSTRAAT

GELDROP

NATUUR EN LANDGOEDEREN



GULBERGEN
(LANDGOED 325 HA WAARVAN 80 HA DAK VAN BRABANT) MIERLO

NATUUR EN LANDGOEDEREN



MOLENHEIDE
(NOORDZIJDE A67, BIJ STRABRECHTSE HEIDE. BEVAT MOLENBOS EN GALGEVEN. AANSLUITEND AAN STIPHOUTSE BOSSEN) MIERLO



STRABRECHTSE HEIDE
(ZUIDZIJDE A670) GELDROP-HEEZE



EINDHOVENS KANAAL
(MET TWEE LOSWALLEN) GELDROP EN MIERLO

NATUUR EN LANDGOEDEREN



SANG EN GOORKENS
(SPECIFIEK NATUURGEBIED MET ZELDZAME ELEMENTEN) MIERLO



GIJZENROOIJ
(TUSSENGEBIED GELDROP - EINDHOVEN MET HEIDEGBIED EN AGRARISCH ERFGOD, GRENZEND AAN STRATUMSE HEIDE) GELDROP

NATUUR EN LANDGOEDEREN



KLEINE DOMMEL
(STROOMGBIED DWARS DOOR CENTRUM GELDROP) GELDROP

ICONEN



KASTEEL GELDROP



VILLA VAN AGT GELDROP

BEKENDE PERSONEN AFKOMSTIG UIT GELDROP-MIERLO



VICTOR HORSTING (VICTOR
EN ROLF, MODE-ONTWERPERS)



ART ROOIJAKKERS
(TV-PRESENTATOR)



A.F.TH. VAN DER HEIJDEN
(AUTEUR)



FRANK LAMMERS
(ACTEUR)



DRIES VAN AGT
(VOORMALIG PREMIER)



**PIETER VAN DEN HOO-
GENBAND** (ZWEMMER, WINNAAR
OLYMPISCH GOUD)

STERKE MERKEN

EVENEMENTEN



WINTERSFEER GELDROP

STERKE MERKEN

EVENEMENTEN



MEISE MERT GELDROP



PITPOP MIERLO



ZLM TOUR 2022 GELDROP-MIERLO

BREDER DAN ALLEEN MARKETING: GEMEENTELIJKE ONTWIKKELLIJNEN

"Het doel van dit DNA-document is om als 'onderlegger' te dienen voor, bijvoorbeeld, de ontwikkeling van visie en koers in villagemarketing en als input voor de gemeentelijke toekomstvisie."

Vanuit de gedachte Het Stadteland van Brainport, zijn interessante, gemeentelijke ontwikkelingen te bedenken die (juist in communicatief opzicht) bijdragen aan de gekozen positionering.

Deze gemeentelijke ontwikkelingen liggen buiten het bereik van Stichting Villagemarketing Geldrop-Mierlo, maar dienen hier als suggestie. Zo kan er namelijk voor worden gezorgd dat 'aanbod' en 'marketing van het aanbod' goed op elkaar aansluiten (een voorwaarde voor succesvolle marketing).



REGIO

't stadteland van Brainport

WONEN

't stadteland van dorpsliefhebbers
& Stadsmensen

GROEN

't stadteland van Rustzoekers &
Herrieschoppers

TOEKOMSTBESTENDIG GELDROP-MIERLO

't stadteland van
Toekomstdenkers
& Bouwers

ECONOMISCHE KRACHT

't stadteland van Ambacht & High
Tech



NABESCHOUWING EN VOORUITBLIK

Na afronding van dit DNA document vond op 20 juli 2022 in kasteel Geldrop een bijeenkomst plaats met stakeholders die belangeloos hebben meegewerkt aan de totstandkoming ervan. Twee vragen stonden centraal in deze bijeenkomst: **Herkent u zich in de analyse van de identiteit(en) van Geldrop-Mierlo? Welke vervolgacties (laaghangend fruit) zijn volgens u het meest geschikt om de voorgestelde positionering van Geldrop-Mierlo te versterken?**

NUANCERINGEN OP HET DNA DOCUMENT

Volgens de aanwezigen geeft het DNA document een goede analyse van de verschillende karakters en de oorsprong van het samengaan van beide dorpen. Uit historisch oogpunt kan hier nog aan worden toegevoegd dat Geldrop in de 19e eeuw al industrie had, terwijl Mierlo voornamelijk dreef op 'huisindustrie' en agrarische activiteiten.

Wel wordt aangetekend dat het DNA document enigszins in het verleden blijft hangen. Hoewel er een letterlijke afstand is tussen beide dorpen (een bos scheidt beide kernen in geografisch opzicht), wordt de figuurlijke afstand of animositeit tussen Geldrop en Mierlo niet (meer) zo sterk gevoeld. Hetzelfde geldt voor de bestuurlijke eenheid. Ook hier zijn verbeteringen mogelijk (gezamenlijke ambities uitspreken, keuzes maken, doorzetten), maar het is nadrukkelijk niet zo dat er sprake is van een diepgaande verdeeldheid in het gemeentehuis.

‘DE TWEE VERSCHILLENDE GEMEENSCHAPPEN MOGEN ER ZIJN’

In het DNA document worden de verschillende karakters van Geldrop en Mierlo geschetst, waarbij wordt aangetekend dat de beide identiteiten prima naast elkaar kunnen bestaan. Dat werd in deze bijeenkomst door alle stakeholders nog eens nadrukkelijk bevestigd.

Wie de historie niet kent, zal geen greep krijgen op de toekomst, zo werd gezegd. In die zin vervult het DNA boek een belangrijke functie, namelijk het kennen en begrijpen van ‘onze’ gezamenlijke historie en achtergrond.

Maar nu is het tijd om vooruit te kijken. Geldrop en Mierlo kunnen uitstekend in elkaars verlengde werken en elkaar versterken. Het gaat om het omarmen en het uitnutten van de verscheidenheid in rust, ruimte en stedelijke (woon)voorzieningen. Om samen de stap te zetten van kruisbestuiving naar kruisbevruchting en transparant te zijn over dit onderscheidende aanbod in de Brainport regio. 'Samen hebben we alles, the best of both worlds, nu moeten we het beter uitventen'.

VAN DORPSE BESCHIEDENHEID NAAR ZELFBEWUSTZIJN: ‘WE MOETEN VAN DE SCHAAMTE AF’

De aanwezige stakeholders zijn het erover eens: om een krachtiger beeld van Geldrop-Mierlo naar de buitenwereld uit te stralen, moet er ook worden gewerkt aan een krachtiger *zelfbeeld*.

Geldrop en Mierlo hebben nogal eens last van, zo werd genoemd, dorpse bescheidenheid; van ‘klein denken’. Het plaatsen van openbare laadpalen voor elektrische auto's en elektrische deelscooters, bijvoorbeeld, wordt nog niet echt omarmd. Alsof een dergelijke stadsvoorziening misplaatst zou zijn in ‘een dorp’. Hierbij wordt dus voorbij gegaan (of het besef is er onvoldoende) aan het feit dat Geldrop-Mierlo in omvang de vierde gemeente is van de Brainport regio met 400.000 toeristische overnachtingen per jaar.

De taal en terminologie die worden gebruikt, spelen een cruciale rol bij de versterking van dit zelfbeeld. Gulbergen, bijvoorbeeld, kan worden gezien als een verzameling voormalige vuilnisbelten of als een recreatief stadspark van formaat met iconische, landschappelijke kwaliteiten. De bossen tussen Geldrop en Mierlo kunnen worden gezien als een hindernis, maar ook als een unieke groene ‘navelstreng’ tussen beide dorpen. Om jongeren aan te trekken en te behouden, zouden oude terminologieën plaats moeten maken voor toekomstgerichte, aantrekkelijke taal. Hierbij werd het voorbeeld aangehaald van Strijp-S in Eindhoven; inmiddels een hotspot voor jonge ondernemers, bewoners en bezoekers. Meer zelfbewustzijn, een ‘nieuwe taal’ en het zichtbaar maken van de positie in de regio, ‘zonder te beloven wat we niet kunnen beloven’, dragen volgens de stakeholders bij aan het formuleren en uitvoeren van de ambities van Geldrop-Mierlo.



OP WEG NAAR EEN STERKERE POSITIONERING: STRATEGISCHE STAPPEN

Als één van de stakeholders doet de gemeente Geldrop-Mierlo aan het einde van de bijeenkomst een voorstel om de samenwerking tussen gemeente, Stichting Villagemarketing Geldrop-Mierlo en overige stakeholders uit te breiden en verder te concretiseren.

De gezamenlijke richting wordt daarbij geduid door de visie-in-wording Geldrop-Mierlo 2040 en de daaruit voortvloeiende opgaven (gebieden, thema's en doelgroepen). De gemeente nodigt aanwezige stakeholders uit om samen te werken aan het realiseren van deze opgaven.

Daarnaast spreekt de gemeente de ambitie uit om in een co-creatie met strategische partners, inwoners, ondernemers, maatschappelijke organisaties en verenigingen traject verder te werken aan een visie Geldrop-Mierlo 2044: uitdiepen van de rol in de regio, aanscherpen/expliciteren van keuzes en digitalisering. Ook stelt de gemeente voor om de samenwerking te zoeken met Visit Eindhoven en Visit Brainport om zodoende de citybranding van Geldrop-Mierlo te versterken.

Dit DNA-boek is gemaakt in opdracht van Villagemarketing Geldrop-Mierlo door Peter Rademaker en Robert Claassen van Studio Clara.

Met dank aan en medewerking van: Het bestuur Villagemarketing Geldrop-Mierlo, Adri Geerts, Hannie Derks, Eric Boselie, Robin Boom, Giel Kantelberg, Irene Adelmeyer, Renée Hoekman, Frans Stravers, Krista van Melick, Hanneke Meulendijk, Jos van Bree, Jos van Lange, Marc Jeucken, Sander Waterschoot, Hans Klink, Peter van de Riet en Miranda Ten Hout



VISITGELDROPMIERLO.NL

**Geldrop
Mierlo**

