

WAT WE KUNNEN EN DOEN, DOEN WE *amen*

De stadsmarketeer en de Zakenvrouw van het Jaar, bij elkaar op een prachtplek waar ze zich beiden senang voelen. FRITS presenteert: **de 2018-toppers.**

TEKST MARIE-JOSE DEKKERS
FOTO'S EDDIE MOL

*a*ls ik zeg dat beiden op de Brainport Industries Campus in hun natuurlijke habitat zijn – de een in een nieuw stuk Eindhoven de slimste, de ander op een werk in uitvoering – tikt Peter me meteen spreekwoordelijk op de vingers: „Het was origineel de *smartest region*. En smart vertalen als slim; daar vang je het niet helemaal mee. Ik heb nog voorgesteld het richting ‘knap’ te krijgen.” De éénjaartitel in 2011 markeert de opmars van de stad die in 1993 nog in zak en as zat, vertelt hij: „DAF failliet, Centurion bij Philips was net achter de rug; in dik zeventien jaar had de regio dat voor elkaar.”

En vlak na die titel ging Peter de Eindhoven365-kar trekken: „Mijn taak was: bouw een sterk merk Eindhoven door gerichte marketing. En zorg dat mensen nieuwsgierig naar Eindhoven worden. Ik moet zeggen; bijzonder goed gelukt”, constateert hij droogjes.

Hij kan ongebreideld vertellen over hoe en waarom, en doet dat met puur enthousiasme; Aukje luistert geïnteresseerd en haakt even enthousiast aan. We zijn bij elkaar om hen beiden

als topman en –vrouw te eren en portretteren. En vooral om te doorgronden wat hen bindt en drijft. Geen sinecure, want ze ontmoeten elkaar voor dit duo-interview voor het eerst. Echter, het klikt, er wordt veel gelachen, er komen foute, niet voor herhaling vatbare grappen voorbij, Peter blijkt – met respect – heel goed Wim van der Leegte te kunnen nadoen, er zijn parallellen en er ontspint zich een geanimeerd gesprek dat lang niet compleet op deze pagina's past.



We beginnen met hun geboortegrond. Peter is geboren in Stratum, Aukje in Deurne. Peter pareert met project Internationale Knoop XL als ik kritisch vraag naar de focus op Eindhoven onder het spoor (boven het spoor telt nooit zo mee, is mijn stokpaardjesmening, terwijl Woensel potdorie ouder is dan Eindhoven maar ja, helaas geen stadsrechten had een eeuw geleden...): „Het stadsdeel dat nooit gebouwd is, de brug tussen boven en onder het spoor waar altijd een natuurlijke barrière is geweest.” Aukje ziet dat zitten: „Wij hebben een paar jaar op de Opwettense Molen gewoond (het adres, niet de door Van Gogh geschilderde watermolen – red.). Het was inderdaad een vergeten stukje maar wel dichtbij de stad.”

Zakelijk heeft Aukje wel veel met Eindhoven: „We zijn daar enkele gemeentelijke panden aan het verduurzamen; het hart van de democratie van de stad aan het verbouwen. De gemeente is daarmee voor andere steden het voorbeeld, puur door de bijzondere aanpak. Toch mooi, voor een Helmonds bedrijf, in onze achtertuin”, grapt ze. „Natuurlijk hebben we veel connecties. Mijn vader heeft echt aansluiting met Eindhoven gezocht vanwege de economische activiteiten hier. Hij zat al in een van de voorlopers van Brainport, het Horizon-programma.” Ze schetst hoe haar overgrootvader een plaatselijk bedrijfje in Sint-Michielsgestel begon – „in 1921, dus rond de tijd dat het huidige Eindhoven ontstond” – dat uitgroeide tot het bedrijf van nu: „De Brainportregio is een logische omgeving voor ons, vanwege de vele toeleveranciers voor de ASMLs en VDLs; bedrijven die onder meer clean rooms nodig hebben die wij weer kunnen installeren.”

AH, NOG EEN VERBANDJE TUSSEN BEIDEN: ER ZIT- TEN FEESTEN AAN TE KOMEN. Voor Kuijpers over drie jaar, voor Eindhoven over twee jaar. Peter: „Groot-Eindhoven van het samengaan honderd jaar geleden, ja, om verwarring met 1232 te voorkomen. Anders heeft Eindhoven plots twee verjaardagen. Overigens kreeg Eindhoven toen tegelijk met Helmond en Sint-Oedenrode stadsrechten, dus niet zo exclusief.” Er worden al plannen voor gesmeed: „Dat moet je vieren door inclusiviteit. Iedereen moet kunnen aanhaken. We zijn bezig met onder meer het Eindhoven Museum en het Louis Kalff Instituut, om alle verhalen te vertellen rond een centraal thema dat iedereen kan invullen. Net zoals met ‘Eindhoven viert de toekomst’ bij de 125ste verjaardag van Philips.”

Beide hersenhelften moeten dansen op hetzelfde feestje

Ook bij Kuijpers zijn de voorbereidingen in volle gang, beaamt Aukje. Komt er een boek? „Als het aan mijn moeder ligt niet, want ‘niemand leest dat’. Ze ziet liever iets met meer interactie met geschiedenis, zoals een spel, dan een boek dat je in de kast legt. Goed idee. Je leeft in het nu. Geschiedschrijving is nuttig, ook voor de cultuur in het bedrijf, en als je weet waar je vandaan komt, weet je in welke richting je toekomst ziet. Bovendien hebben we heel wat klanten waar we niks over mogen vertellen, omdat ze bijvoorbeeld met de volksgezondheid te maken hebben.” Waarop Peter smeuiïge verhalen weet op te dissen over Bruce Springsteen, Bill Gates, Berlusconi en Brad Pitt die óók niet aan papier kunnen en mogen worden toevertrouwd.

DAT MECHANISME KAN PETER BEAMEN: „GESCHIEDENIS IS WAT INTERNATIONALS WILLEN WETEN OVER HUN NIEUWE WOONPLAATS! Waarom hier gebeurt wat er gebeurt, waarom een eeuw geleden al mensen hierheen verhuisden voor hun werk. Kijk naar de Eindhovense mentaliteiten waarmee we het merk nu laden. Hier is ruimte, fysiek en in de hoofden, om vrij te denken. Dat doen we ook nog eens onconventioneel. Stel een ontwerper een vraag en je krijgt er eentje terug. En we hebben bipolaire creativiteit. Geen aandoening, maar we hebben er allemaal last van; het creatieve van designers en het nederige van ingenieurs.

Je vindt slechts vier plekken op de aardkloot die dat hebben; wij, Austin, Helsinki en San Francisco. Je hebt beide hersenhelften nodig om tot echte innovatie te komen. Dus moet je ervoor zorgen dat ze spreekwoordelijk dansen op hetzelfde feestje. Daarin slaagt in extremis de Dutch Design Week, omdat je ze daar bij elkaar brengt.”

AUKJE IS HET ERMEE EENS: „OOK WIJ WERKEN MET HOOFDEN EN HANDEN, ZIJN DOENERS EN DENKERS. Wij hebben in Helmond een fraaie, hightech energieopwekkende gevel van het Eindhovense Studio Solarix, een samenwerking van een designer en een architect. Dat is precies wat jij zegt; creatieve geesten die iets moois maken voor de energietransitie dat ook nog werkt. Nog een mooi verhaal. We bouwden een object met allemaal *nozzles* die water en vuur spuiten. In het begin deden de vuurspuiters het niet goed. Een monteur van ons nam een nozzle mee naar huis en ging met zijn zoon helemaal uitpluizen waarom. Ze hebben die nozzle in Lego nagebouwd. Paar dagen later: ‘dit is het probleem, zo lossen we het op’. Dat gaat verder dan slimme handjes, is puur ambacht. Prachtig.”

PETER STIPT NOG DE PIONIERSMENTALITEIT VAN EINDHOVEN AAN: „DE AANWAS KWAM VAN BUITEN. We zijn altijd al een stad en regio geweest die mensen makkelijk opnam; je wordt heel gemakkelijk Eindhovenenaar en als nieuweling opgenomen in de gemeenschap.” Aukje: „En opvallend hoe trots Eindhovenaren zijn. Toen we hier woonden begon de stad net bruisend te worden en ik vond het oprecht jammer dat we weggingen. Nooit gedacht van mezelf.”

NOG IETS WAAR ZE HET OVER EENS ZIJN: UITGAAN VAN JE WAARDEN. De professionele van Peter als basis voor merk Eindhoven gebruikt, zijn bekend: de TDK-domeinen, Technologie, Design en Kennis. En zijn persoonlijke? „Eigenlijk ben ik jaloers op Aukje want ze komt steeds in een andere wereld terecht. Dat had ik vroeger in mijn reclametijd ook. Elke opdrachtgever is een nieuwe wereld waar je van leert, en dat maakt je een nieuwsgierig mens. Mijn werkfilosofie is: ik heb geen baan, ik zie alles als een project. Dat is geruststellend, met begin en eind. Je leert in elk project iets dat je in een volgend weer kunt toepassen. Ik doe nu project Eindhoven, en daar hoort bij dat ik directeur van Eindhoven365 ben. Dat was niet mijn eerste ambitie, wel om mijn stad – waar ik zielsveel van houd en die goed voor mij is geweest – mijn jarenlange ervaring terug te geven als marketeer en merkbouwer met ons hele team. Mijn tweede principe is; je moet een ‘tweede project’ hebben in het leven. Je moet er iets bij doen dat je raakt. Gaat het overdag niet zoals jij wilt, dan kun je je heerlijk in je hobby verliezen. Lang was mijn tweede leven schrijven, omdat ik het belangrijk vind mijn kennis te delen. Kennis is macht, delen is kracht. Ik schreef mijn eerst boek toen mijn werkgever Kothuis in 1994 in surseance verkeerde; schrijven en vormge-

ALS HET IN DE PRAKTIJK NIET KLOPT, BEN JE NIKS

van nieuwbouw voorzien. We maken altijd intern het grapje over de bus natgergende Japanners die allemaal tegelijk naar de Nachtwacht willen. Al hun extra vocht en warmte moeten zo snel mogelijk uit de perfect geconditioneerde ruimte worden gehaald. Als kunstwerken geborgd geconditioneerd worden bewaard, kunnen ze makkelijker worden uitgeleend aan andere musea, die dan onze naam ook weer leren kennen.” Peter, gekschepend: „Dan noem je dat toch Kuijpers-gecertificeerd.”

ven gaven me veel voldoening terwijl alles om me heen ellende was qua economie, werkgever en de gezondheid van mijn schoonzus. Zo’n soort tweede leven compenseert enigszins de zorgen van het eerste. Recentelijk was de Estland-marketing Just ESTonishing ook zo’n project. Ongevraagd heb ik me bemoeid met dit wonderlijke en intrigerende land om beter en integraal hun verhaal te vertellen en te vermarkten. En geweldig dat mijn pro bono EST-concept officieel is aangenomen en dat ik het ook nog eens aan onze koning in Tallinn mocht presenteren.”

Aukje: „Grappig; vlak ervoor was ik ook in Tallinn, met een Uneto-studiereis. Ik doe ook vooral dingen waar ik energie van krijg, zoals vandaag gesprekken over hoe we mensen voor techniek laten kiezen en naar ons toe kunnen trekken. Naast het werk wil ik ook thuis er zijn, met twee kleintjes van twee en vijf. Maar die neem ik dan wel weer vrolijk mee naar de DTW en DDW. Ik hoef ze niet te kneden in techniek, dat doen de jongens zelf al met Lego. Dat technische hebben ze vooral van hun vader, al ben ik met wiskunde B niet helemaal een alpha.”

Voor Aukje en Kuijpers liggen de waarden op één lijn; zeggen wat je doet en doen wat je zegt. Ze vertelt geanimeerd over hoe het bedrijf letterlijk het verschil maakte: „Wat we bedenken, voeren we uit én toetsen we in de praktijk. Een paar jaar geleden kregen we een mooi compliment voor een complexe en ingenieuze faciliteit voor biocontainment. Er lag een theoretisch hightech design, alleen, in de praktijk werkte het niet. Wij naar de tekentafel dus. De opdrachtgever zei: ‘Jullie hebben Russische degelijkheid ontworpen. Misschien niet het meest fraaie maar het werkt wel en alle risico’s zijn dichtgekit.’ Als het in de praktijk niet klopt, ben je niks; dan ben je losgekoppeld en geen echt verhaal.”

DAT ‘MAKEN’ IS OOK ELEMENTAIR IN EINDHOVEN, BEAAMT PETER: „WE HEBBEN HIER GOUDEN ÉN SLIMME HANDJES. Knutselen, klooiën aan dingen, ‘het is nog niet af’; dat is écht Eindhoven maakstad. We voegen waarde toe, maken van zand chips en van rubber en staal vrachtwagens. Dat verhaal moet verteld worden, af en toe met grotere mond en met meer zelfvertrouwen. Daarvoor heb je mensen als mij en Eindhoven365 nodig; om dat te bundelen, constant te herhalen en aan te jagen. Het mooie is dat bezoekers na een rondje stad en Brainportregio verwonderd melden: ‘Iedereen vertelt hetzelfde!’ Tuurlijk, er is geen ander verhaal te vertellen. Het is puur, wij zijn het verhaal.” Aukje vat dat mooi samen: „Dat is de kracht van deze regio. We zijn gewone mensen, dit is wat we kunnen en doen, dat doen we sámen, dat delen we en daar zijn we hartstikke trots op.” ➡

DIT IS *Aukje*

Wie Aukje Kuypers zegt,
zegt Kuijpers *

43 01

Gelauwerd

Ze is uitgeroepen tot Zakenvrouw van het Jaar 2018 en ontving uit handen van minister Kajsa Ollongren de prestigieuze 37ste Prix Veuve Clicquot, Business Woman of the Year Award, 'als een bruisende erkenning voor mij en voor onze 1.250 mensen'. Dat ze onder meer bestuurscommissielid is van branchevereniging UNETO-VNI, geeft wel aan dat ze niet bij vrouwenclubs te vinden is: „Ik vind dat je je dan teveel gaat afzonderen. De verenigingen waar ik deel van uitmaak, moeten een afspiegeling zijn van de maatschappij”, liet ze optekenen.

Sinds ze Zakenvrouw van het Jaar 2018 werd, leidt haar team agendatechnisch, communicatief en publicitair de boel in goede banen. Moet ook wel, want Aukje is druk: zij en haar man werken beiden fulltime en hebben twee jonge kinderen. Alsof dat nog niet genoeg is, zijn ze ook nog eens een nieuw huis aan het bouwen in Oisterwijk; natuurlijk wél duurzaam.

a

ukje Kuypers geeft als lid van de vierde generatie leiding aan familiebedrijf Kuijpers (opgericht in 1921). De technisch dienstverlener – omzet bijna 200 miljoen euro, vijftien vestigingen door heel Nederland met het moederbedrijf in Helmond – zorgt voor het duurzaam ontwerpen, bouwen, onderhouden en exploiteren van technische installaties. Opdrachtgevers zijn onder meer verschillende bekende musea, zoals De Hermitage, Museum Voorlinden, het Rijksmuseum, maar ook Pathé bioscopen, de Hortus Botanicus in Amsterdam, gemeente Eindhoven, FrieslandCampina, verzekeraar a.s.r. (‘het meest duurzaam gerenoveerde kantoor van Neder-

land’) en ASML. In Eindhoven is Kuijpers penvoerder van het consortium IMPULS, dat zeven gemeentelijke gebouwen gaat renoveren, verduurzamen en onderhouden; daarbij wordt 95 procent van het sloopafval hergebruikt, is afgesproken met de gemeente.

Aukje werd in 1978 geboren in Deurne. Ze haalde in 1997 haar diploma op het St. Willibrord Gymnasium. Eigenlijk wilde ze daarna psychiatrie studeren, maar zonder scheikunde in haar pakket koos ze uiteindelijk toch voor economie en bedrijfskunde aan de universiteit van Maastricht. Ze woonde en werkte een tijdje in Argentinië om vervolgens als directie-assistent bij Kuijpers aan de slag te gaan. Na enkele jaren buiten de deur bij Fortis is ze vanaf 2010 terug op het nest; eerst als Manager Kwaliteit, Arbo en Milieu en sinds 2013 als algemeen directeur: „Richtinggevende”, noemt ze het zelf. Sinds haar aantreden als directievoorzitter steeg het aantal vrouwen in het bedrijf. Haar broer werkt ook in het bedrijf en haar vader – „74 jaar jong” – zit in de Raad van Commissarissen.

* Ze is ook écht familie: het ij-y-gedoe komt omdat bij een aantal Kuijpers-kinderen de naam bij aangifte verkeerd genoteerd is.

**Het aantal vrouwen
in het bedrijf steeg
na haar aantreden**





Peter

DIT IS

Peter Kentie is geboren en getogen nulveertiger en dol op 'zijn' stad *

02 01

Gelauwerd

Peter heeft twee boeken op zijn naam staan: DTP in de praktijk en – hoe creatief - Webdesign in de praktijk. Van zijn tweede werden er 60.000 verkocht en vijf taalversies gemaakt.

Zijn prijzenvitrine is goedgevuld. Hij was sportmarketeer van het jaar in 2008. De afgelopen tijd was het helemaal raak. Eindhoven(365) won in 2017 de nationale City Marketing trofee (net als in '14 en '15) en in maart dit jaar de Place Marketing Award in Frankrijk. Peter steeg tot in de top vijftig van beste Nederlandse marketeers, terwijl Eindhoven de titel Evenementenstad binnensleepte; alle reden voor de Eindhovense Persclub om daar een Zilveren Tulp voor Peter en 'zijn' Eindhoven365 bovenop te zetten. De meest recente prijs voor het Eindhoven365 citymarketingbeleid is meteen dé klapper: de overall wereldtitel Stadsmerk van het jaar 2018, de 'Oscar' van de City Nation Place Global Awards.

* Want wie stond er op de cover van het nulnummer van FRITS?

Z

ijn favoriete gebouw is de Philips Sterrenwacht, van de hand van Louis Kalf. Peter is altijd trouw in en aan de stad gebleven, ook begin jaren negentig toen velen hier gillend wegreunden: „Rare tijden. Mijn vrouw Marjan en ik kochten toen een huis dat nog gebouwd moest worden, ik was met mijn eerste boek bezig, mijn werkgever legde het loodje omdat die veel voor DAF werkte, mijn schoonzus kreeg een hersenbloeding. Een jaar later was dat al heel anders; ik vond een andere baan, met schoonzus kwam het helemaal goed, het boek werd een bestseller en in het huis wonen we nog steeds.”

Na het Lorentz Lyceum – atheneum A – deed Peter grafisch ontwerp aan de Akademie Industriële Vormgeving in Eindhoven. Ook haalde hij zijn Nima-B marketingdiploma. Hij werkte als digitaal vormgever bij Kothuis, projectmanager internet bij Codim en web design manager bij Philips Design. In 2000 ging hij als chieff content and technology officer aan de slag bij internetstart-up Ilse. In 2003 lonkte PSV waar hij verantwoordelijk was voor marketing en media. In datzelfde jaar was hij mede-oprichter van STRP festival. Tot zijn nevenactiviteiten behoren nog steeds zijn adviesfuncties voor Dutch Design Week en Holland Branding.

Sinds ruim zeven jaar is Peter directeur-bestuurder van Eindhoven365, waar hij zich dankbaar laat aanvullen door de talenten van onder anderen Eric Boselie (exploitatie en organisatie) en Mark de Greef (strategie en business): „Je bent net zo sterk als je team, maar elk team heeft ook één persoon op het podium nodig.” Zijn forte: projecten met een hoge mate van complexiteit en zo veel mogelijk stakeholders. Zijn mantra's voor de stad blijft hij prediken: 'Wie kiest, wordt gekozen' en 'Niet het mooiste meisje van de klas, wel het spannendste'. Peter's guilty pleasures: kunst beleven en culinair uit eten met zijn Marjan.

**Niet het mooiste
meisje van de klas,
wel het spannendste**