



Het effect van Het Cruydenhuisch

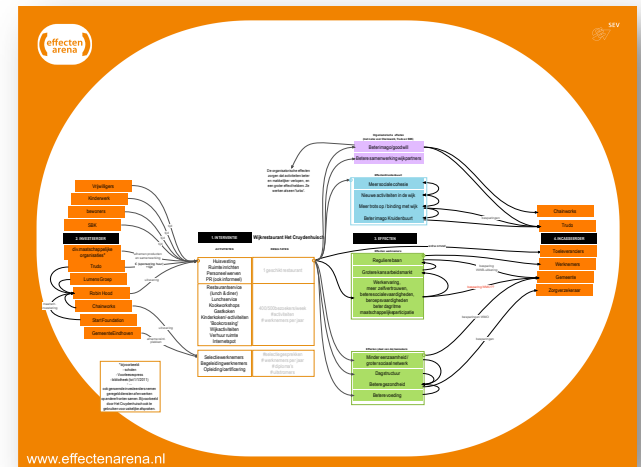
11 november '11

TRUDO

Inhoudsopgave



1. Inleiding [3]
2. Aanpak evaluatie [4]
3. Activiteiten – In het kort: het recept [5]
 - Wijkrestaurant, koken, re-integratie
 - Context: Kruidenbuurt in beweging
 - De manier waarop
4. Investeerders [10]
 - In het bijzonder: de bijdrage van Trudo
5. Maatschappelijke effecten [13]
 - Effecten voor de Kruidenbuurt
 - Effecten voor de bewoners van de wijk
 - Effecten voor de werknemers
6. Incasseerders [19]
7. Waar liggen nog kansen? [21]
 - Op weg naar de toekomst
 - Mogelijkheden voor verdere analyse
8. Effectenarena: het complete beeld [24]
9. Achtergrondinformatie over Het Cruydenhuisch [25]



1. Inleiding

- De Eindhovense Kruidenbuurt ondergaat een flinke verandering. Vele oude woningen zijn vervangen door nieuwbouw. Onder het motto ‘wel de woningen slopen, maar niet de buurt’ is door Trudo ook veel geïnvesteerd in ‘het sociale’. Diverse projecten zijn gestart; rond kinderopvang, onderwijs, gezondheid, werk & inkomen en welzijn & vrijetijd.
- In plaats van het uitrollen van projecten vanuit een afstandelijke en zakelijke probleemanalyse, heeft Trudo ervoor gekozen om projecten te definiëren door te luisteren naar de wijk. Wat hebben mensen van de wijk zelf nodig? Waar zit de energie in de wijk? Deze aanpak is tamelijk vernieuwend en lijkt goed te bevallen. Maar Trudo wil daar graag kritisch naar kijken. Welke effecten zijn behaald? En is dat in voldoende mate geweest? Heeft deze manier van werken voldoende vruchten afgeworpen?
- Als eerste is op 12 september 2011 door betrokkenen (deelnemers aan het project, betrokken organisaties, en bewoners uit de wijk) stilgestaan bij de effecten van het **wijkrestaurant Het Cruydenhuisch**.
- De evaluatie is opgezet aan de hand van de **Effectenarena**: een instrument om maatschappelijke effecten van sociale interventies in beeld te krijgen. **De evaluatie is gericht op het ophalen en structureren van kennis en oordelen bij direct betrokkenen.** Het is geen cijfermatige evaluatie, gericht op het verzamelen van hard bewijs.



2. Aanpak evaluatie

- Op maandagavond 12 september waren 12 betrokkenen aanwezig. Onder begeleiding vulden ze in drie groepen een Effectenarena in. Daarmee benoemden ze vier ingrediënten:
 - de **activiteiten**: waaruit bestaat het ‘project’ Het Cruydenhuisch nu precies?
 - de **investeerders**: welke partijen zijn nodig om die activiteiten uit te voeren, en wat dragen zij bij?
 - de **effecten**: wat wordt de wijk en wat worden individuele mensen – zoals de werknemers of de wijkbewoner – er nu precies beter van?
 - de **incasseerders**: en zijn er dan ook partijen die financiële of materiele baat hebben bij die effecten?
 - In de zijlijn van de Effectenarena werd ook stilgestaan bij:
 - het inventariseren van kansen en ideeën voor verbeteringen
 - het prioriteren van effecten: waar draait het nu echt om bij Het Cruydenhuisch?
 - de rol van Trudo in het ontstaansproces
 - Ondersteunend hieraan is een gesprek gevoerd met René Toemen (Trudo) en Peter Bink (Robin Hood), en is beperkt bureauonderzoek gedaan.
- Aanwezig waren:
- Rachida Achoud (Robin Hood)
 - Peter Bink (Robin Hood)
 - Judith Grootveld (Chainworks)
 - Lokkie Harks (Wijkbewoner)
 - Toon Hendrickx (Stichting Buurtbeheer Kruidenbuurt)
 - Janine Kennis (Chainworks)
 - Rob v/d Made (Gemeente Eindhoven)
 - Nancy Scalzo (Stichting Buurtbeheer Kruidenbuurt)
 - René Toemen (Trudo)
 - Wilma Verwinp (Wijkbewoner)
 - Désirée Willemen (Welzijn Eindhoven)
 - Rob Woltinge (Gemeente Eindhoven)

3. Activiteiten

In het kort: het recept van Het Cruydenhuisch

- Vanaf de start: initiatief van onderaf, in een wijk in verandering, met en voor de wijk
- En ook: re-integratie van werknemers
- Opgezet als onderneming: bedrijfseconomisch gerund, frisse uitstraling
- Balans gevonden tussen 'gewoon' restaurant en 'sociaal' restaurant voor de wijk
- Betrokkenheid bewoners zorgt voor draagvlak, klanten en activiteiten
- Krachtige leiding en (blijvend) initiatiefrijke trekkers

Wijkrestaurant: koken en re-integratie

- Het Cruydenhuisch staat op twee benen:
 - Het **restaurant** zelf, inclusief de **activiteiten** voor en met de bewoners van de wijk
 - Het werken met en voor **re-integreerders**
- Het Cruydenhuisch is **meer dan een restaurant**: een samenstel van activiteiten en groepen, o.a. ook samen met de naastgelegen buurtinfowinkel. Initiatieven vanuit de wijk krijgen hier ruimte, letterlijk en figuurlijk: kookworkshops, koken door de wijk, koken voor kinderen, etc. Opgezet met wijkpartijen: school, SBK, etc.
- De huisvesting is passend: op een centrale plek, met een goede inrichting (professioneel en zakelijk, maar ook weer niet te kil), met een doorsteek naar de buurtinfowinkel.
- De aanloop in het restaurant is vanaf het begin veel groter dan oorspronkelijk gedacht (ca. 400/500 bezoekers per week = 5 dagen middag en avond).

Context: Kruidenbuurt in verandering

- De Kruidenbuurt was en is in grote verandering. Veel sloop en nieuwbouw, waardoor de **bewoners 'in beweging'** waren. **Verdwenen voorzieningen** (buurtcentrum Kruidenhof, winkels). Veel **nieuwe inwoners**, die soms actief op zoek zijn naar contact.
- In deze dynamiek vonden verschillende partijen elkaar in een gemeenschappelijk **concept dat beetje bij beetje groeide**. Er was geen sprake van een gepland ontstaan 'van bovenaf'. Er was professionele aandacht voor het idee dat gaandeweg vorm kreeg en er was enthousiasme bij bewoners (onder meer via SBK) om mee te doen.
- Het wijkrestaurant in Woensel-west ('In de Voortuin') is geïnspireerd op het Cruydenhuisch, maar moest opgebouwd worden in een andere fase van wijkontwikkeling (zonder nieuwbouw) en met minder betrokkenheid van bewoners. Daar blijkt het ook lastiger bewoners te trekken als bezoeker.
- **De context is van grote invloed op de mate waarin activiteiten zich vertalen in positieve effecten. En die context is niet altijd te managen.**

De manier waarop

- Het wijkrestaurant is laagdrempelig: bewoners stappen er makkelijk binnen.
- Het wijkrestaurant opereert professioneel: een mooi nieuw goed doordacht gebouw, met de juiste uitstraling, met eigen karakter en professionele bediening.
- Aansturing als een gewone onderneming: weekomzetten, scherpe inkoop. Maar: winst maken is geen doelstelling.
- De maaltijden zijn goed, er wordt gezond gegeten, de prijzen zijn laag (€ 6,00 voor een standaard maaltijd), maar er kan ook a- la-carte gegeten worden voor nog steeds een lage prijs (oplopend tot ca. € 17,50 incl. drankjes).
- Het wijkrestaurant is een totaalpakket met professionele leiding (een goede kok), onderdelen en activiteiten versterken elkaar. Een kracht van het wijkrestaurant is dat het een combinatie is van een sociale voorziening voor de wijk (in een aandachtswijk) en tegelijk een zelfstandige professioneel restaurant waar iedereen kan komen (uit de hele stad).
- De manier waarop de activiteiten worden opgepakt is bepalend voor de mate waarin effecten optreden, zo blijkt ook weer uit de casus Het Cruydenhuisch.

“Het succes heeft te maken met het totale verhaal, de context klopte, alles kwam op het juiste moment bij elkaar ...”

In de Effectenarena...

1. INTERVENTIE		Wijkrestaurant Het Cruydenhuisch	
ACTIVITEITEN		RESULTATEN	
<p>→</p> <ul style="list-style-type: none"> Huisvesting Ruimteinrichten Personeel werven PR (ook informeel) 	1 geschikt restaurant		
<ul style="list-style-type: none"> Restaurantservice (lunch & diner) Lunchservice Kookworkshops Gastkoken Kinderkoken/-activiteiten 'Bookcrossing' Wijkactiviteiten Verhuur ruimte Internetspot 	400/500 bezoekers/week #activiteiten # werknemers per jaar		
<p>↘</p> <ul style="list-style-type: none"> Selectiewerknemers Begeleiding werknemers Opleiding/certificering 	#selectiegesprekken # werknemers per jaar # diploma's # uitstromers		

4. Investeerders

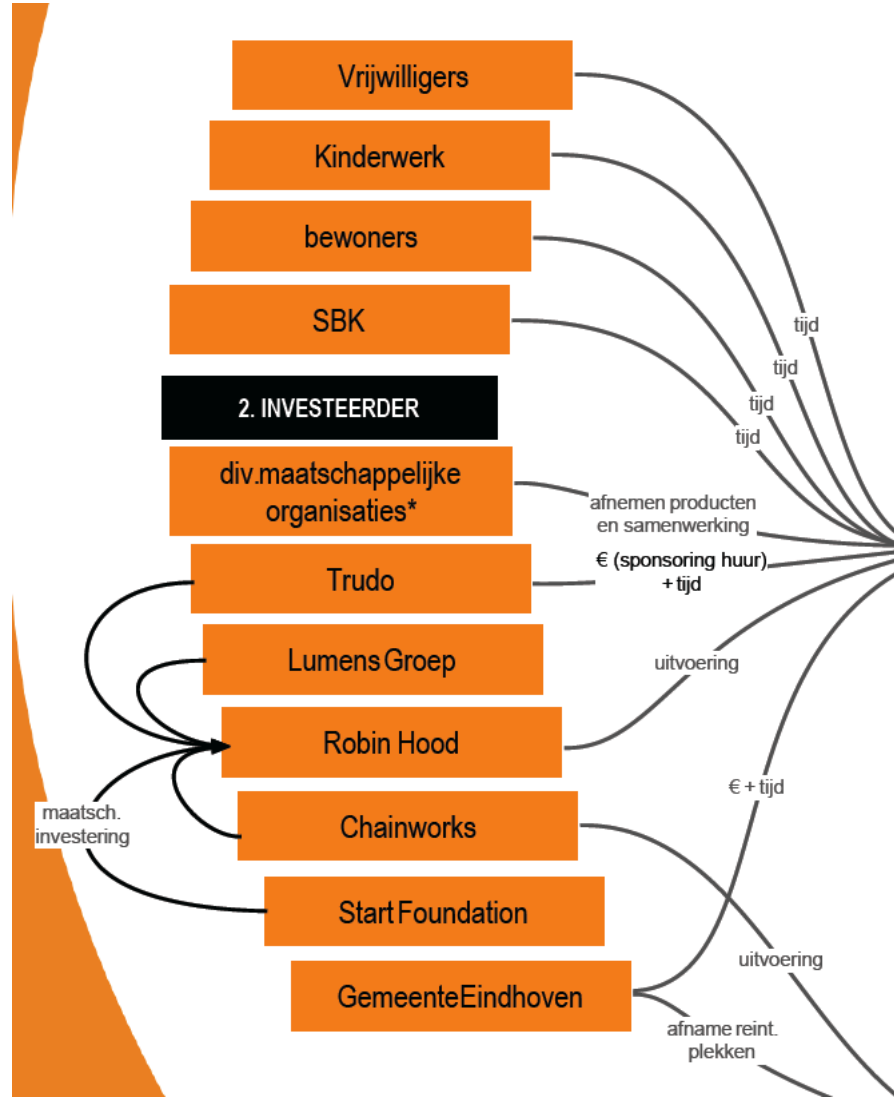
- Voor niets gaat de zon op: geen activiteiten zonder investeerders.
- Diverse soorten investeringen:
 - tijd en aandacht, bijvoorbeeld van bewoners, maar ook van organisaties die een stap extra zetten
 - afnemen van producten en diensten
 - afnemen van het re-integratieproduct (door de gemeente)
 - organisatorische investering: het mogelijk maken door bijv. gezamenlijk in het leven roepen van de uitvoeringsorganisatie Robin Hood
 - geld/subsidie; groter in de vorm van betaalbare huisvesting (Trudo) en kleiner via bijvoorbeeld het beschikbaar stellen van kortingsvoucher (gemeente Eindhoven, via Programma Meedoen)

In het bijzonder: de bijdrage van Trudo

- Gevraagd naar de bijdrage van Trudo in Het Cruydenhuisch noemden de aanwezigen:
 - Financieel mogelijk maken¹, ook voor langere termijn
 - Aanboren en benutten energie in de wijk
 - Verbinding zoeken met andere partijen
 - Durf, nek uitsteken, visie, lef
 - Zich houden aan de afspraken
 - Ambassadeurschap en profileren

¹ Investering door Trudo in Het Cruydenhuisch was ca. € 850.000,= (ex. BTW). Deze investering is vertaald in een kostendekkende huur, die Robin Hood vervolgens gesponsord krijgt (ca. € 70.000,= ex. BTW per jaar).

In de Effectenarena...



5. Maatschappelijke effecten



- En wat worden bewoners en de buurt er nu precies beter van? Waar ligt de meerwaarde voor hen? Het gaat dan om:
 - Effecten voor De Kruidenbuurt
 - Effecten voor de bewoners van de wijk
 - Effecten voor de werknemers

Effecten voor de Kruidenbuurt



- Iedereen is er van overtuigd dat bewoners **meer sociaal contact** hebben gekregen door het restaurant. En dat het restaurant zelfs bijdraagt aan **de sociale cohesie** in de Kruidenbuurt.
- “Mensen komen eens alleen eten, langzamerhand ontstaan er groepjes die met elkaar eten. We horen zelfs dat in het weekend mensen ook anderen bij zichzelf thuis uitnodigen en zelf ook gaan koken.”
- Maar niemand durft uit te spreken hoe groot het effect nu precies is voor de wijk. Het is vooral een zeer positief beeld dat gestaafd wordt door de aantallen mensen die het wijkrestaurant weten te vinden, en de vele positieve verhalen. Ook de vele aanvullende activiteiten die rond het restaurant worden georganiseerd, dragen bij de onderlinge contacten van bewoners.
- Een kanttekening is dat veel bewoners het wijkrestaurant (nog) niet weten te vinden (bijv. bewoners met etnische achtergrond, jongeren). Een wijkrestaurant alleen is onvoldoende om de sociale cohesie in de wijk te bevorderen.
- Het Cruydenhuisch heeft ook bijgedragen aan een **beter imago** van de wijk. Het heeft veel publiciteit gehad en trekt ook bezoekers van buiten de wijk. Die zouden anders de buurt niet met eigen ogen hebben gezien en eigen oordeel hebben geveld.

Effecten voor de bewoners van de wijk

- Het Cruydenhuisch is alternatief voor het opgeheven eetpunt: voor ouderen een vaste plek om te eten en te ontmoeten, met name tussen de middag.
- Het eten is betaalbaar en van goede kwaliteit: twee stevige randvoorwaarden.
- Ouderen, en ook andere mensen met een behoefte aan contact – ook van buiten de wijk – ontmoeten elkaar, waardoor hun sociale netwerk op peil blijft of zelfs vergroot. En ze zich **minder snel eenzaam** voelen.
- Ook zorgt het eetpunt voor vastigheid in hun **dagstructuur**.
- Verder is de **kwaliteit** van het **eten** goed en waarschijnlijk beter dan het alternatief (zelf koken, niet warm eten of bij de snackbar iets halen).
- Deze drie effecten bij elkaar zorgen voor een **betere gezondheid**.
- Het wijkrestaurant blijkt in de praktijk veel meer mensen aan te trekken dan alleen de – eenzamere – wijkbewoner. Mensen komen uit andere wijken, professionals komen eens kijken wat het nu allemaal is zo'n wijkrestaurant, mensen willen eens ergens anders eten dan in een standaard restaurant in het centrum, etc.

Effecten voor de werknemers



- Effecten voor de werknemers tijdens hun re-integratietraject: meer zelfvertrouwen, werkervaring, gezond dagritme, een groter sociaal netwerk.
- Langere termijn effect: snellere stappen op de participatieladder, stabielere thuissituatie en een duurzame uitstroom naar regulier werk.
- Geslaagde re-integratie. Van groep 1 is 64% duurzaam uitgestroomd (= > half jaar werk, uitkeringsonafhankelijk). Van groep 2 41%.
- Bij de eerste groep werknemers is er meer effect door ‘het pionieren’: lotsverbondenheid en extra aandacht van professionals.
- Aandachtspunten voor de huidige werknemers zijn “individuele aandacht voor werknemers is minder geworden” en “nu ook werknemers uit andere bronnen, met andere, moeilijkere achtergronden”. Er zijn nu meer initiatieven in Eindhoven die met elkaar concurreren (nu ook begeleiding jongeren van vakwerkschool, autistische jongeren, etc.).

De hoofdeffecten: behaald of niet?

De aanwezigen is gevraagd de hoofdeffecten te benoemen. En per hoofdeffect aan te geven:

- in hoeverre Het Cruydenhuisch is geslaagd in het realiseren van deze effecten en
- hoe zeker het is dat effecten ook echt optreden

Hoofdeffect

- **arbeidsparticipatie** (3x)

Gerealiseerd? | Zeker?

→ gedeeltelijk gerealiseerd | zeker

- **imago** (3x)

→ gedeeltelijk tot volledig gerealiseerd | deels zeker tot zeker

- ontmoeten (1x)

→ volledig gerealiseerd | deels zeker

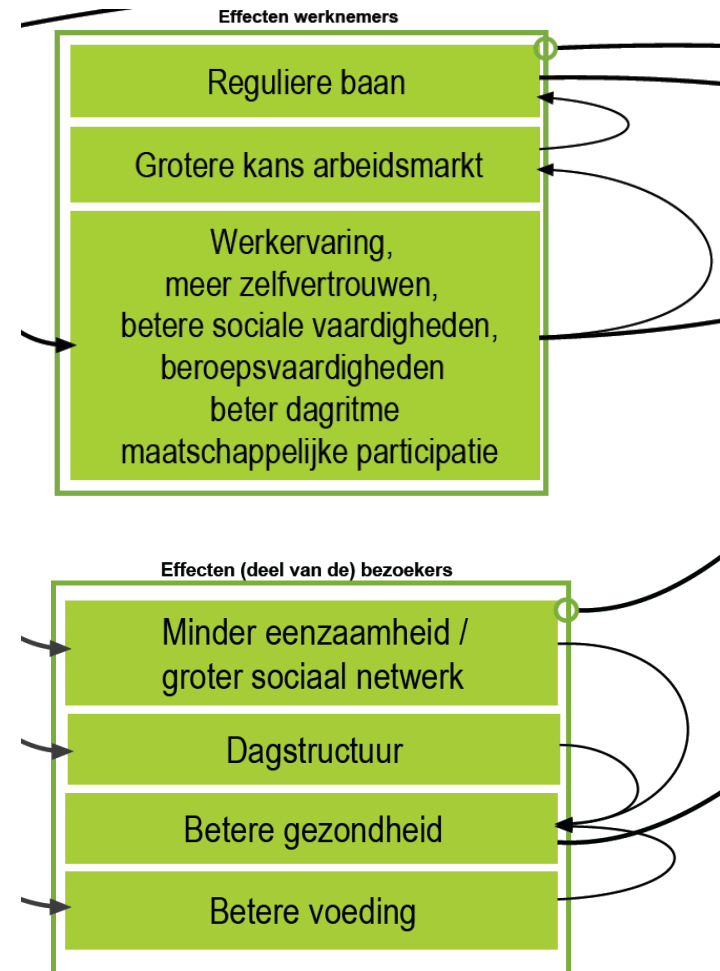
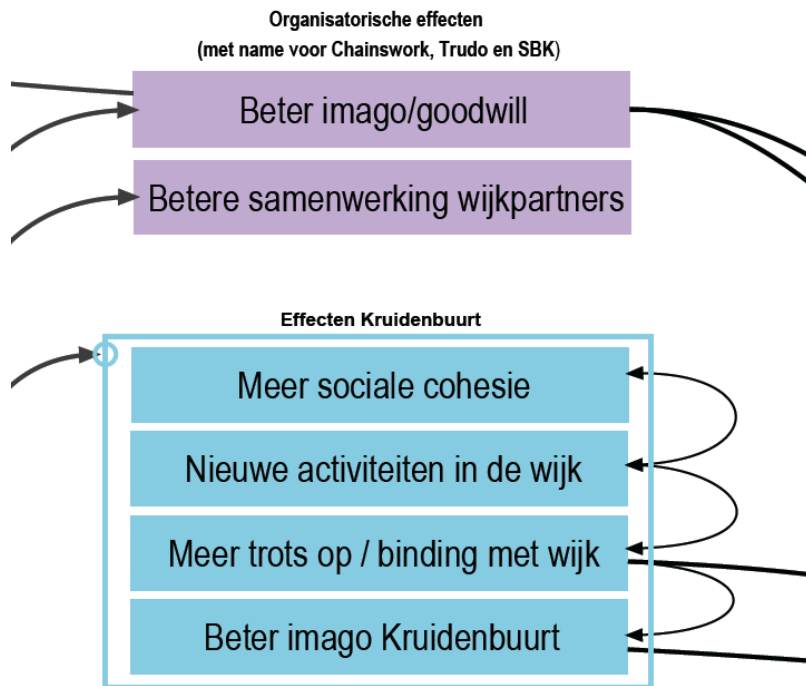
- sociale participatie (1x)

→ grotendeels gerealiseerd | deels zeker

- gemeenschappelijkheid (1x)

→ gedeeltelijk tot volledig gerealiseerd | deels zeker tot zeker

In de Effectenarena...



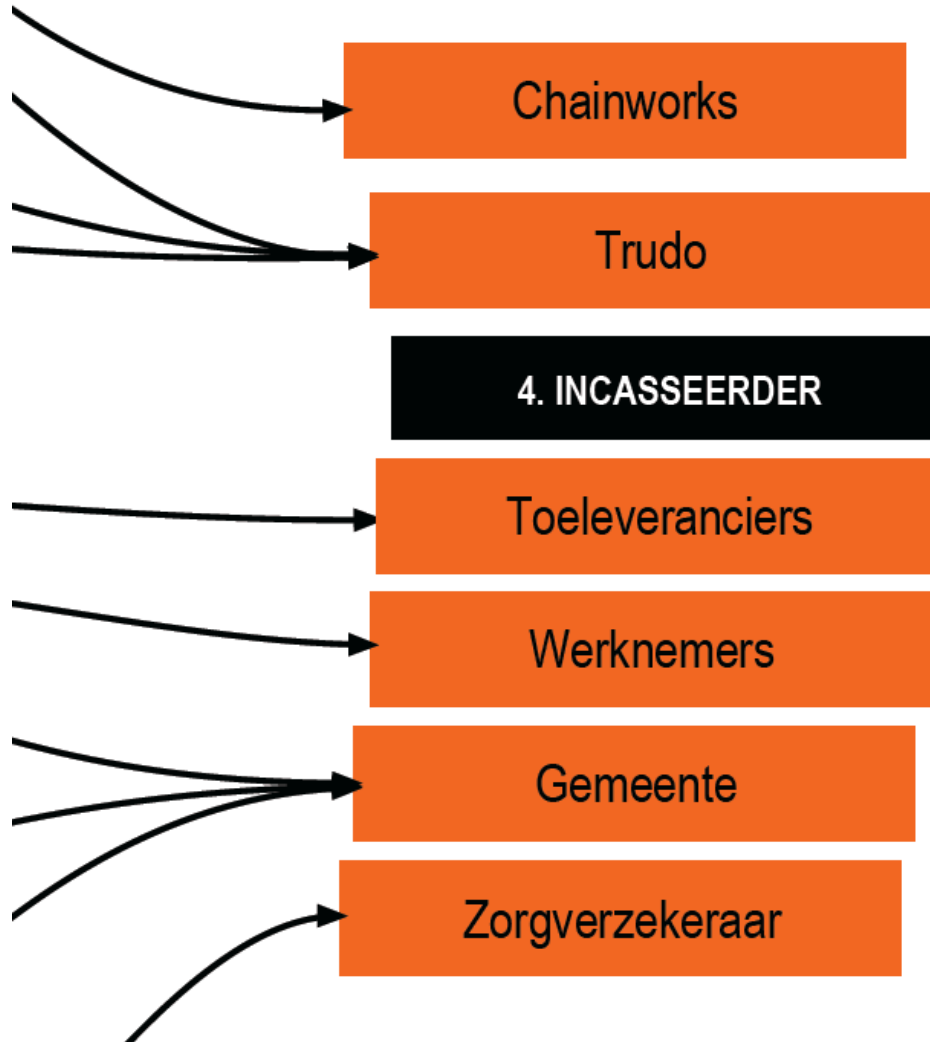
6. Incasseerders

Deze effecten leveren incasseringen op voor diverse partijen: een materieel of financieel gewin.

Enkele hoofdincasseerders:

- De **gemeente** heeft baat bij Het Cruydenhuisch doordat het een aantal werknemers lukt om duurzaam werk te vinden. Hun re-integratie is geslaagd en dat bespaart de gemeente uitkeringen en in mindere mate op WMO-ondersteuning.
Hoewel lastig in geld uit te drukken, is het ook aannemelijk dat de mindere eenzaamheid en betere gezondheid leidt tot een lagere vraag naar WMO-diensten en het zorgaanbod bij vooral de oudere bezoekers.
- **Trudo** ondervindt ook baat. Zo is de verwachting dat de betere binding met de buurt (door Het Cruydenhuisch) zich vertaalt in de lagere kosten voor sociaal beheer. Bewoners lossen meer zelf op. Ook draagt het betere imago van de wijk bij aan een betere verhuurbaarheid / verkoopbaarheid (via 'slimmer kopen')
- Omdat beide incasseringen ontstaan in een grote dynamiek van de Kruidenbuurt is het wel zeer lastig om de orde van grootte van deze incasseringen te duiden.
- **Chainworks** ondervindt baat door de bijdrage aan het imago van de organisatie. Het Cruydenhuisch is een goed voorbeeld, dat ze graag laten zien bij het werven van opdrachten.
- **De werknemers** zijn veelal ook baathebbende. Bij een geslaagde re-integratie hebben zij in hun persoonlijke levenssituatie winst, bijvoorbeeld omdat hun inkomenssituatie verbetert (stabiel, iets hoger).
- Diverse toeleveranciers hebben door Het Cruydenhuis extra omzet. Dit is grotendeels ook echt extra omdat de bezoekers anders geen producten in de horeca zou afnemen.

In de Effectenarena...



7. Waar liggen nog kansen?

- De wijkbewoners van buitenlandse afkomst zie je weinig in Het Cruydenhuisch.
 - Wel met activiteiten waar ze zelf mogen koken
 - Wel ouders van buitenlandse afkomst bij kinderactiviteiten
 - Dat vergt een langere adem, waarbij de doelgroep zelf bij betrokken moet zijn
 - Het halal-koken is nog onbekend
- Activiteiten aanbieden tussen 14 en 17 uur (bijv. kaarten, zoals vroeger in Kruidenhof)
- ‘24 uur’ open en/of weekend-opening, met meer functie als buurthuis-/ infowinkelfunctie. Of verdwijnt het specifieke dan juist en wordt het onherkenbaar?
- Juniormenu /-avond, waardoor kinderen eens buiten de deur eten en al jong kennis maken met het restaurant
- Eet-daten (voor gezelligheid, vriendschap)
- Activiteiten per straat aanbieden
- Alternatief zoeken voor opstapbaansubsidie
- Wijk-dinerbon – ‘reprise’: goed voor een gratis maaltijd, uit te delen aan mensen in sociaal isolement. In opvolging van voucher bij start restaurant.
- Het gastheerschap kan beter (bijv. ontvangen van gasten)
- Meer pr voor internetmogelijkheden

Op weg naar de toekomst



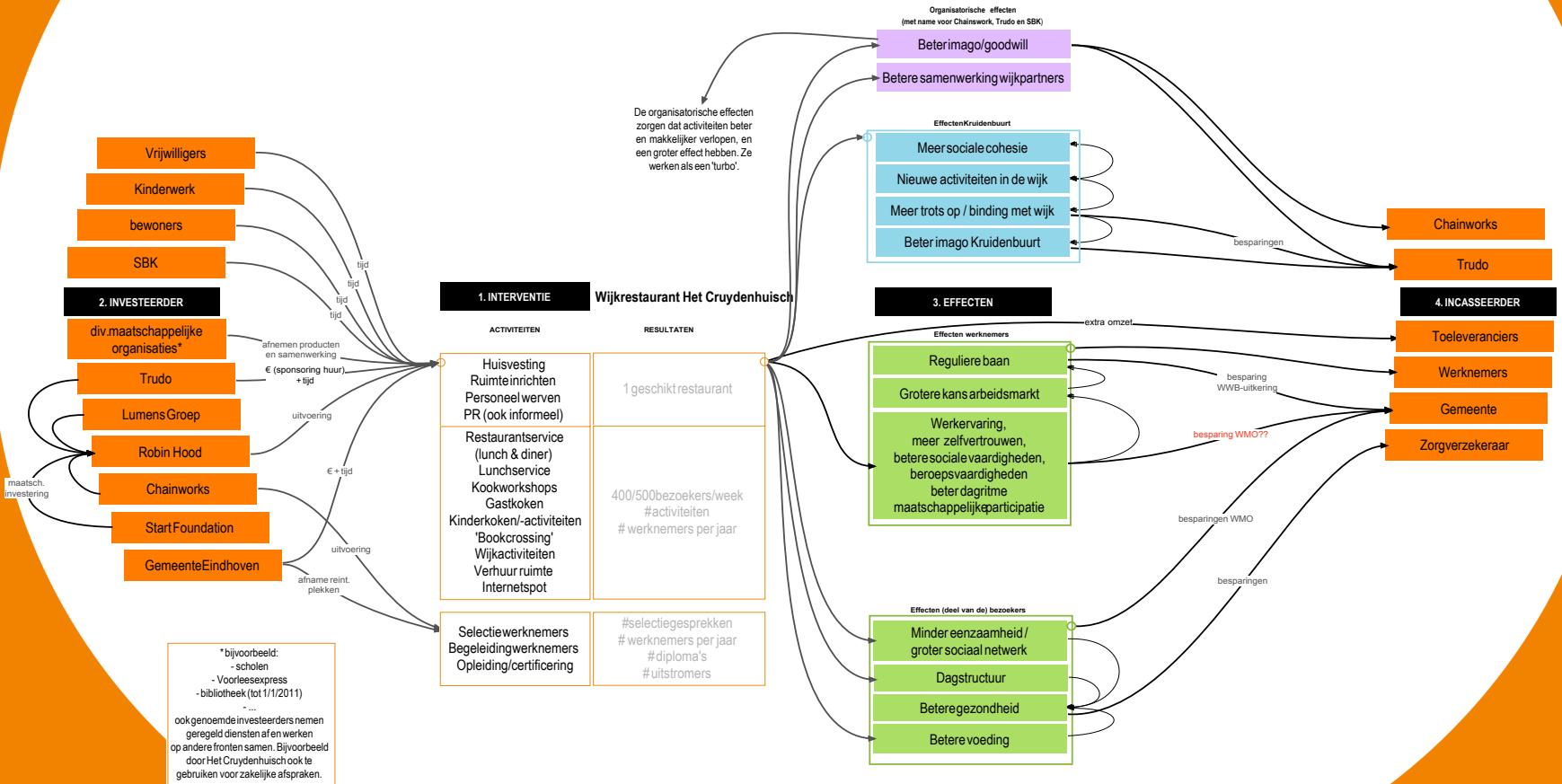
- **Re-integratie-activiteiten staat onder druk:** er is minder geld beschikbaar en het type werknemer verandert door andere concurrerende activiteiten in de stad. Dat heeft zijn weerslag 1) op de effecten rond de werknemer en 2) op het primaire proces van het restaurant zelf. En verdient aandacht.
- In de aanloop is er veel publiciteit geweest (o.m. Trudo-pagina's Groot Eindhoven, 'free publicity'). Er wordt verder geen bijzondere **marketinginspanning** gedaan, maar op een of andere manier vertelt het zich door. Enerzijds is dat een effectieve en efficiënte manier van communiceren. Anderzijds, is het ook mogelijk er meer uit te halen. Maar de vraag die dan opkomt: wie is precies je doelgroep? Elke klant? Of de klant waarvan je weet dat die baat heeft bij ontmoeting, bij regelmatig en gezond eten?
- Hoe kun je **meer activiteiten in, met en voor de Kruidenbuurt** ontwikkelen, zonder de kracht van het thema koken en de focus van de restaurantfunctie te verliezen (het moet geen 'gewoon' buurthuis worden).
- Hoe kun je meer **geld genereren**, terwijl de maaltijdprijzen niet omhoog mogen (dan schiet je immers je maatschappelijke effecten voorbij)? Welke winstgevendende diensten/producten zijn te verzinnen, zonder het concept zelf aan te tasten?

Mogelijkheden voor verdere analyse



Dit onderzoek geeft een beeld van het maatschappelijk rendement van Het Cruydenhuisch. Maar deze kennis, levert ook weer nieuwe, diepere vragen op. Vragen die waardevol kunnen zijn voor het invullen van het toekomstperspectief.

- **gericht meten:** enerzijds om meer te weten te komen over bezoekers (leeftijd, motief, etc.), anderzijds naar effecten die men van belang vindt, maar waar men ook onzeker over is. Bijvoorbeeld door bezoekersenquêtes of korte interviewtjes aan tafel.
- meer **scherpte** in de **doelgroepen** en hun specifieke effecten. Bijv. werknemers bevragen op hun ervaringen met dit traject, wat betekent het voor hen persoonlijk, voor hun ontwikkeling, vaardigheden, etc.
- **Onderzoek in de wijk**, wat men van het wijkrestaurant vindt en waarom mensen het *niet* bezoeken.



* bijvoorbeeld:
- scholen
- Voorleesexpress
- bibliotheek (tot 1/1/2011)
* ...
ook genoemde investeerders nemen geregeld diensten af en werken op andere fronten samen. Bijvoorbeeld door Het Cruydenhuisch ook te gebruiken voor zakelijke afspraken.

Achtergrondinformatie over Het Cruydenhuisch

dinsdag 9 december 2008



Cruydenhuysch: eetkamer van wijk

dinsdag 09 december 2008 | 02:45 | Laatst bijgewerkt op: dinsdag 09 december 2008 | 05:55

EINDHOVEN - Sinds maandag heeft de Kruidenbuurt weer een echt ontmoetingspunt voor de bewoners. Met de opening van wijkrestaurant Cruydenhuysch heeft woningcorporatie Trudo het gat opgevuld dat was ontstaan door de sloop van wijkcentrum Kruidenhof aan de Thijmstraat, dat plaats moest maken in het kader van de wijkvernieuwing.

Het restaurant op het Kalmoesplein 73, onder de torenflat op de hoek van de Heezerweg en Floralaan-Oost, wordt uitgebaat door Chain Works. Voorlopig is het open van maandag tot vrijdag. Tussen twaalf en vijf uur wordt er een lunch geserveerd, daarna kan iedereen tot acht uur aanschuiven voor een diner. De prijs zal geen probleem zijn: een driegangig Robin Hood-menu kost 5,50 euro.

"Die naam wijst op de winst die we maken met de duurdere gerechten, die ten goede komt aan bezoekers met een kleinere beurs", legt chef-kok Peter Blink uit. Hij hoopt dat de lage prijs buurtbewoners zal verleiden af en toe te komen eten. "Mensen die alleen binnenkomen, worden meteen welkom geheten en gevraagd of ze een tafel apart willen of dat ze met anderen willen eten. We dringen niets op, maar hopen dat we kunnen voorkomen dat mensen vereenzamen."

Het Cruydenhuysch heeft nog een tweede doel. Het bleef werkplaatsen aan mensen die niet op eigen kracht een baan kunnen vinden. Simone Hosli, projectleider van reïntegratiebedrijf ChainWorks, zoekt kandidaten uit het bestand van uitkeringsinstanties UWV en WZL. Die kunnen er aan de slag als kok, hulpkok, in de bediening, bij de afwas of de schoonmaak. "Misschien zit er wel iemand bij die kan doorgroeien tot gastheer of gastvrouw", hoopt de chef-kok.

Efficiënt werken is daarbij niet het belangrijkste. Daarom geen groothandel die groenten en vlees komt brengen, maar medewerkers die in de buurt zelf boodschappen doen.

Hosli vertelt dat ze met kandidaten in gesprek gaat om te zien waarom zij zonder werk zitten en of het Cruydenhuysch bij hen past. "Het is een serieus bedrijf, maar iedereen kan fouten maken. Zo lang je bereid bent daarvan te leren, is dat geen probleem." Die begeleiding is een taak voor Peter Blink.

De chef-kok werkte voorheen in de commerciële horeca. "Van klassiek restaurant tot eetcafé", zegt hij zelf. "Maar na 34 jaar wilde ik iets anders dan geld maken. Het lijkt me goed om met mijn ervaring mensen op weg te helpen."

Om kostendekkend te kunnen draaien, gaat het restaurant onder andere ook bedrijfsdiners en kookworkshops aanbieden.

© Eindhovenens Dagblad 2011, op dit artikel rust copyright.

Tekstgrootte



Rosa Bazen, Ruud Deben, Abdul Hafou en Peter Blink (vlnr) in het Cruydenhuysch, met achter Simone Hosli van ChainWorks. foto Kees Martens

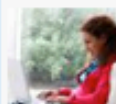
Advertentie

Ligatus



Werken wordt **nóg** leuker!

Een online break in plaats van koffiepauze? Werken wordt **nóg** leuker met Ziggo Zakelijk.



Nu gratis Proefstuderen

Ervaar zelf hoe prettig je leert met het speciaal ontwikkelde lesmateriaal van de LOI.



Viva én Flair

Nu 8 weken Viva & Flair op proef voor maar 25 euro! Stopt automatisch. Vraag ze nu aan!

Dinnersite

het effect van



“Het Cruydenhuisch is een ontmoetingsplek in de Eindhovense aandachtswijk Kruidenbuurt. Iedereen is hartelijk welkom voor een gezellig kopje koffie, een lunch of een lekkere, gezonde maaltijd. Al voor € 5,50 eet je er een driegangen Robin Hood-menu. Maar als je meer wilt besteden, kun je ook à la carte eten. Ook voor kookworkshops, kinderfeestjes, het spelen van gezelschapsspellen of het lenen van een boek kun je in het Cruydenhuisch terecht. Onze professionele koks worden in de keuken ondersteund door een team van stagiaires, vrijwilligers en mensen die in een re-integratietraject zitten. Ze doen alles zelf; van inkoop en bereiding tot en met bediening, schoonmaak en administratie. Op deze manier krijgen zij de kans zich te ontwikkelen, te leren en op zinvolle manier hun dag te besteden.”

Foto's



Video's



Nanna van den Nieuwendijk over Het Kruidenhuis in Eindhoven

http://www.youtube.com/watch?v=5B27lyv2O1Y&feature=player_embedded

Winnaar Design in Detail Award 2010 | Cruydenhuisch - Eindhoven
by Design in Detail Award

<http://vimeo.com/16691603>

Publicatie 'Onderweg'



<http://www.trudo.nl/default.aspx?pid=8&itemid=20566>



Peter Hoogenveen
Jochum Deuten

Maliesingel 39
3581 BK Utrecht
030 243 60 11

info@quattro-advies.nl
www.quattro-advies.nl