Toekomstvisie en uitvoeringsprogramma centrum Beek 2021 – 2030

Op weg naar een kloppend hart van Beek

Mei 2021

beek
uw gemeente.

SEINPOST
ADVIESBUREAU

Voorwoord

Ondernemerschap, kwaliteit, specialisatie en gastvrijheid. Dát is waar het centrum van Beek voor staat. Ons mooie Beekse centrum ademt ondernemerschap uit in een prettige woon- en leefomgeving vol bevlogenheid en beleving. En het zijn onze centrumondernemers die in belangrijke mate bijdragen aan het hoogwaardige voorzieningenniveau dat bezoekers trekt van ver buiten onze gemeente.

Beek wil niet alleen nú maar ook in de toekomst een centrum zijn waar het goed wonen, werken, ondernemen en recreëren is. Daarom is het belangrijk dat we onze blik blijven richten op een gezamenlijke toekomst.

Voor u ligt de Toekomstvisie centrum Beek die samen met ondernemers, vastgoedeigenaren, inwoners en andere betrokkenen tot stand is gekomen. Een aanpak die alleen met inzet van alle betrokkenen gerealiseerd kan worden. Want alleen samen zorgen wij ervoor dat ons centrum aantrekkelijk en leefbaar is en blijft.

Werken aan een toekomstbestendig centrum vergt daadkracht, lef en doorzettingsvermogen. Karaktereigenschappen waaraan het de Beekse ondernemers en inwoners niet ontbreekt. En toch, als wij ons centrum levendig en vitaal willen houden, moeten we bereid zijn om samen te werken aan een aantal forse opgaven. Zoals het herinrichten van de Markt met oog voor vergroening, sfeer en beleving. Ook is het belangrijk om de energie die is ontstaan tijdens het opstellen van deze visie vast te houden.

Met veel enthousiasme willen wij aan de slag gaan met ons centrum. Daar is ieders hulp bij nodig!

Samen Doen: Veur Baek!

College van Burgemeester en Wethouders gemeente Beek,

Christine van Basten – Boddin
Burgemeester

Beek, mei 2021

Inhoud

Voorwoord 2

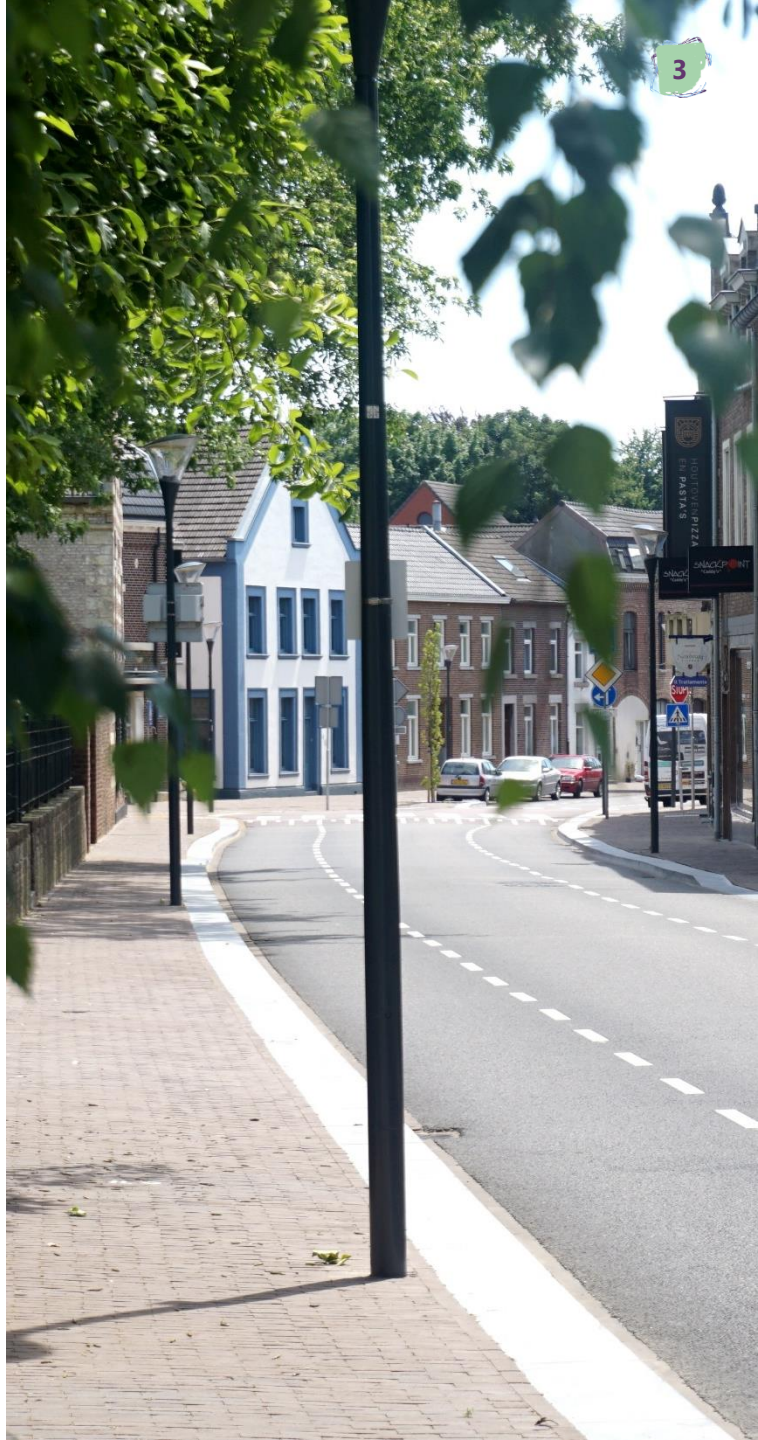
Hoofdstuk 1. Inleiding 4

Hoofdstuk 2. Gebiedsprofiel – Wat zijn we? 8
2.1 Identiteit gemeente Beek 9
2.2 Feiten en cijfers gemeente Beek 11
2.3 Ruimtelijk functionele structuur 13
2.4 Relevante trends en ontwikkelingen 15
2.5 Samenvatting huidige situatie – SWOT-analyse 16
2.6 Opgaven centrum Beek 17

Hoofdstuk 3. Visie & ambitie – Wat willen we zijn? 18
3.1 Visie – Wat willen we zijn? 19
3.2 Visie vertaald naar deelgebieden 20

Hoofdstuk 4. Uitvoerings-strategie & organisatie 23
4.1 Strategielijnen 24
4.2 Uitvoeringsprogramma 25
4.3 Tijd voor actie 31

Bijlagen 32
Bijlage 1: Inwonersenquête 33



Inleiding

Inleiding

Een gezamenlijke visie van groot belang door een snel veranderend winkellandschap

Het winkellandschap verandert snel en structureel door veranderend consumentengedrag. Niet alleen de functie die de fysieke winkel vervult is aan het veranderen, ook de functie van een winkelgebied. Het is niet meer de plek waar de klant naartoe moet om iets te kopen. Centra worden steeds meer een ontmoetingsplek met een mix van verschillende functies. Beleving en emotie spelen daarbij een belangrijke rol. Om die sociale interactie te faciliteren, is het de uitdaging om te zorgen voor een complementaire mix van winkels, horeca, leisure, cultuur, maatschappelijke functies, dienstverleners en pleinen/ontmoetingsplekken.

Ook het centrum van Beek is aan verandering onderhevig. Het coronavirus heeft trends die al langer aan de gang waren in een versnelling gezet (o.a. concurrentie internet). Meer dan ooit is het hebben van een heldere visie een vereiste. Kansrijke centra onderscheiden zich immers door een eigen, herkenbaar profiel te creëren en uit te stralen naar bezoekers. Vertrekpunt voor het toekomstbestendig maken van een centrum, zijn altijd de wensen en behoeften van de bezoekers en gebruikers van het centrum. Zij stellen eisen aan het centrum in fysiek opzicht (denk ook aan de toegankelijkheid voor ouderen en mindervaliden), maar ook in 'emotioneel' opzicht. Een vitaal centrum speelt in op de sociale behoeften en is daardoor een belangrijke en prettige plek voor haar gebruikers. Een gepaste programmatische invulling is hierbij van groot belang.

Een vitaal en aantrekkelijk centrum staat voorop

Het centrum van Beek is een belangrijke plek binnen de gemeente en -naast de perifere locatie Makado- hèt hoofdwinkelgebied in Beek. De gemeente Beek heeft de wens om het centrum vitaal en aantrekkelijk te houden voor ondernemers, inwoners en bezoekers. Afgelopen decennia hebben diverse grootschalige projecten plaatsgevonden rondom het centrumgebied. Het toevoegen van langparkeerplekken bij het gemeentehuis en het Onze Lieve Vrouweplein is hier een goed voorbeeld van, zo ook de ruimtelijke kwaliteitsimpuls van de Burgemeester Janssenstraat. Deze ingrepen zijn echter niet voldoende om het centrum op de langere termijn toekomstbestendig te houden.

Een gedeeld toekomstbeeld is cruciaal voor winkelcentra, en vraagt om gezamenlijke inzet

Juist nu behoefte aan een heldere toekomstvisie voor het centrum

Voor de gemeente Beek zijn verschillende aanleidingen om een toekomstvisie op te stellen:

- In het coalitieakkoord is opgenomen dat een dialoog wordt opgestart met de actoren in het centrum om te komen tot een heldere toekomstvisie voor de inrichting en bestemming van de Markt en de directe omgeving op de langere termijn.
- Er zijn recent diverse visies en kaders opgesteld die het centrum van Beek raken (o.a. accommodatiebeleid, toeristische visie, woonvisie, etc.) en daarnaast spelen initiatieven vanuit de markt (bijv. Petit Cour). Om hier richting aan te geven is een heldere toekomstvisie voor het centrum noodzakelijk.
- Het Centrummanagement Beek heeft haar ernstige zorgen geuit over de leefbaarheid en het economisch functioneren van het centrum op de lange termijn.
- De leegstand in het centrum van Beek (aan de randen) neemt toe. Heldere kaders voor eventuele transformatie ontbreken.
- Het coronavirus raakt ondernemers hard en zal langdurige gevolgen met zich meebrengen. Het recent uitgebrachte rapport *Veerkracht op de proef gesteld* van het Planbureau voor de Leefomgeving spreekt over een toename van 40% van de leegstand in 2022. Aangeraden wordt om prioriteit te geven aan winkelgebieden.
- Verdere uitvoering van de Structuurvisie Ruimtelijke Economie Zuid-Limburg (2017) is gewenst.
- De motie Verkeerscirculatieplan waarin gevraagd wordt om de verkeersproblematiek rondom de Markt en het centrum van Beek de hoogste prioriteit te geven.
- En tot slot ontbreekt een actueel uitvoeringsprogramma voor het centrum.

Alleen een gezamenlijk traject werkt

Een toekomstvisie opstellen doe je niet alleen. Gemeente, ondernemers, vastgoedeigenaren, inwoners en andere betrokkenen hebben daarom de handen ineen geslagen en zijn gezamenlijk aan de slag gegaan. Het voorliggende rapport is het resultaat van een intensief proces waarbij het volgende doel centraal heeft gestaan:

Het gezamenlijk vormgeven van een toekomstvisie voor het centrum van Beek waarbij het versterken van de economische aantrekkelijkheid en leefbaarheid van het centrum voor inwoners, bezoekers, ondernemers en vastgoedeigenaren centraal staat.

Een aanpak die rekening houdt met verschillende belangen

Deze visie is het resultaat van diverse sessies en gesprekken met belang-hebbenden over de identiteit, ambities, opgaven en acties voor het centrum van Beek. De volgende partijen zijn betrokken geweest:

Kopgroep bestaande uit ondernemers, eigenaren en bewoners
Er is in het begin van het proces een kopgroep opgericht, bestaande uit enkele ondernemers, vastgoedeigenaren en bewoners. De kopgroep heeft het project inhoudelijk begeleid en de tussentijdse resultaten van commentaar voorzien. Ook leden vanuit centrummanagement waren onderdeel van de kopgroep.

Ambtelijke en bestuurlijke afstemming
Gedurende het gehele proces heeft afstemming plaatsgevonden met de ambtelijk betrokkenen. Het College is eveneens projectmatig betrokken geweest bij het vormgeven van deze visie. Daarnaast is burgemeester Christine van Basten-Boddin nauw betrokken geweest bij het proces en de uitgevoerde

participatiemomenten. De portefeuillehouder Financiën, Sport en Wonen is eveneens nauw betrokken geweest bij het tot stand komen van voorliggende visie.

Themasessies raads- en/of commissieleden
Een afvaardiging van raads- en/of commissieleden is betrokken geweest. Eind augustus heeft er een informatieve bijeenkomst plaatsgevonden. Aanvullend is richting het einde van het proces een themasessie gehouden. Uiteindelijk wordt de centrumvisie door de gemeenteraad vastgesteld.

Bijeenkomst vastgoedeigenaren en ondernemers
Vastgoedeigenaren en ondernemers uit het centrum van Beek zijn uitgenodigd voor een werksessie om mee te denken over de toekomst van het centrum. Ruim 30 ondernemers en/of vastgoedeigenaren waren hierbij aanwezig.

Digitale enquête inwoners
De inwoners van Beek zijn via een digitale enquête betrokken bij het proces. In totaal hebben 462 inwoners[1] de enquête deels of volledig ingevuld. De uitkomsten zijn in de visie verwerkt.

Aanvullende gesprekken interne en externe betrokkenen
Er hebben meerdere groepsgesprekken plaatsgevonden met ambtenaren van cross-over beleidsvelden die vanuit hun eigen beleidsveld met het centrum te maken hebben (o.a. Ruimtelijke Ordening, de weekmarkt, verkeer, toerisme, sociaal domein (samenleving), cultuurtechniek en waterbeheer). Daarnaast is gesproken met IVN SpauBeek, Stichting Asta, Culturele werkgroep Beek en Visit Zuid Limburg.

Aansluiten bij bestaande beleidsstukken en lopende trajecten

Tegelijkertijd met het opstellen van de toekomstvisie voor het centrum van Beek is de herijking van de strategische toekomstvisie gemeente Beek gestart. Er heeft onderlinge afstemming plaatsgevonden zodat beide visies elkaar versterken. Daarnaast heeft centrummanagement De Nieuwe Winkelstraat (DNWS) ingehuurd om een Kom-In-Actieplan te schrijven. Om beide trajecten te bundelen is ervoor gekozen een aantal processtappen samen te doorlopen. De visie sluit eveneens aan op bestaande visies en beleidsstukken (o.a. wonen, toerisme, zorg, detailhandel, etc.).

1 *De respons op de enquête is een goede weergave van de wensen en aandachtspunten van eigen inwoners. Er zijn geen wegingsfactoren toegepast voor onder- en oververtegenwoordiging van bepaalde doelgroepen. Op basis van deze respons zijn de antwoorden met een zekerheid van 90 procent te vertalen naar alle inwoners van Beek.*

02

Gebiedsprofiel - Wat zijn we?

2.1 Identiteit gemeente Beek

Iedere gemeente is uniek en heeft een eigen identiteit. Hoe de identiteit is vormgegeven hangt af van verschillende factoren. Verhalen en tradities uit de geschiedenis spelen hierin een belangrijke rol, zo ook de geografische ligging en sociaal-maatschappelijke kenmerken van de gemeente. De zoektocht naar de identiteit van een gemeente wordt steeds belangrijker in onze hectische maatschappij. Niet enkel omdat men behoefte heeft aan authenticiteit en het achterliggende verhaal, maar ook omdat een heldere identiteit helpt om onderscheidend te zijn en zo een aantrekkelijke plek te creëren voor inwoners, bedrijven en bezoekers. Hierbij een greep uit de identiteit van Beek.

Bron foto: Heemkunde Beek

Rijke historie: Beek oudste dorp van Nederland

Beek kent een rijke historie vol met verhalen, producten en tradities. De geschiedenis van Beek gaat terug tot ver voor onze jaartelling. Bewijs hiervoor werd in 2005 geleverd, toen resten werden gevonden van een versterkte dorpsnederzetting daterend uit 5000 voor Chr. In één klap was Beek het oudste dorp van Nederland. Inwoners uit het vroegere Beek werden ook wel Bandkeramiekers genoemd. De bevolking woonde op de lössgronden van Zuid-Limburg, waar zij permanente onderkomens (boerderijen) bouwde en leefde van kleinschalige akkerbouw en veeteelt. De Bandkeramiekers bakten potten met bandversieringen en gebruikten vuursteen uit Rijckholt en Valkenburg om werktuigen te maken.

Hoewel Beek dus al vroeg in de geschiedenis bewoond werd, wordt het dorp Beek onder de naam Becca voor het eerst genoemd in 1145 in een akte. In de jaren die volgen heeft Beek wisselende bewindvoerders en blijft het dorp in ontwikkeling. In 1661 liep de landgrens tussen katholiek Spanje en het hervormde Nederland zelfs dwars door de huidige gemeente Beek.

Iets recenter in de geschiedenis van Beek is het oorlogsverleden. Ook in Beek heeft de Tweede Wereld-oorlog zijn sporen nagelaten. Dit is terug te zien aan de diverse herinneringsplekken die door de gemeente heen zijn te vinden. In het Eyewitnessmuseum worden bezoekers meegenomen in de Europese geschiedenis van de Tweede Wereldoorlog. De internationale Liberation Route Europe loopt daarnaast door Beek.

Toegangspoort Heuvelland

Het landschap rondom Beek is divers. Waar aan de ene kant kenmerken van het industriële en vlakkere Maasdal zijn terug te vinden in Beek, beschikt de gemeente ook over het golvende landschap van het Heuvelland. Vooral toeristisch-recreatief gezien, is het Heuvelland aantrekkelijk voor bezoekers en inwoners. De toeristische visie van de gemeente Beek grijpt de strategische ligging aan als kans om een prominentere rol te vervullen als toegangspoort naar het Heuvelland en als scharnierfunctie tussen het Heuvelland en het Maasdal (en het Rivierenpark Maasvallei). De verbinding met de omgeving wordt gezocht via zowel fysieke (fiets- en wandel-) routes als thematische toeristische elementen. Het centrum van Beek en Makado zijn hierbij van toegevoegde waarde.

Een andere belangrijke toegangspoort tot Zuid-Limburg is Maastricht Aachen Airport (MAA) dat gelegen is in het zuidelijke deel van de gemeente Beek. MAA is een economische motor voor de regio en is gelegen op de bovenregionale werklocatie Aviation Valley, waar 5500 fte hun emplooi vinden. De strategische ligging dichtbij Maastricht is hierbij van groot belang.

Ook in het verleden bleek de strategische ligging van groot belang. Ondernemen zat al vroeg in het DNA van Beek. Gelegen aan de weg tussen Sittard en Maastricht, ontstond handel en nijverheid (Els, sigaren, stroop). Beek wist zich door de handel te onderscheiden van omliggende dorpen.

Lichtstad Beek

Beek heeft een historische relatie met Sint Lucia. Jaarlijks wordt er in Beek een Lichtkoningin gekozen, verwijzend naar de geschiedenis van de heilige Sint Lucia. De Lichtkoningin is sociaal betrokken bij de gemeenschap. Ze krijgt vier hofdames, uit ieder kerkdorp één. Zoals de naam Lichtkoningin doet vermoeden brengt de lichtkoningin licht bij mensen die het nodig hebben. Ze gaat langs bij bejaardenhuizen, langdurig zieken, verstandelijk gehandicapten etc. Beek is de enige gemeente in Nederland die een lichtkoningin heeft. Aanleiding genoeg om licht een prominente plek te geven in de identiteit van Beek. Dit kan door producten te ontwikkelen die het licht-thema versterken.

Naast licht is ook water een belangrijk element voor Beek. De naam Beek is afkomstig van de Keutelbeek die dwars door de gemeente Beek stroomt. Grote delen van de beek zijn jarenlang overkluisd. In 2014 is begonnen met de herstelwerkzaamheden van de Keutelbeek (ontkluizen).

2.2 Feiten en cijfers gemeente Beek

Aanbod gemeente Beek (winkels en voorzieningen)

De gemeente Beek beschikt over een divers aanbod aan winkels en voorzieningen voor inwoners en bezoekers. Om een beeld te krijgen van het huidige aanbod in de gemeente Beek en specifiek het centrum van Beek (pagina 12), is gebruik gemaakt van data van Locatus (checkdatum mei 2020).

Het winkelaanbod van de gemeente Beek is voornamelijk geclusterd in het centrum van Beek, Makado Beek en het centrum van Spaubeek (afbeelding 1). In totaal zijn in de gemeente Beek 135 winkels in de detailhandel [2] gevestigd, goed voor 39.614 m2 winkelvloeroppervlak (wvo). Daarvan behoort 9.439 m2 wvo toe aan dagelijks aanbod, de overige metrages zijn toe te wijzen aan de niet-dagelijkse artikelen. Naast detailhandel zijn er 61 Leisurebedrijven (o.a. horeca, fitness, musea) gevestigd in de gemeente Beek evenals 40 dienstverleners. Het overgrote deel van het Leisure-aanbod en dienstverleners zijn in het dorp Beek gevestigd.

Op het peilmoment stonden er volgens Locatus 36 panden leeg met een totale oppervlakte van circa 8.406 m2. Daarmee is het leegstandspercentage o.b.v. verkooppunten 13%, gelijk aan het Provinciale gemiddelde (13%), maar hoger dan het Nederlandse gemiddelde van 8%. Het centrum van Beek heeft te maken met 14% leegstand [3].

Afbeelding 1: Aanbodclusters winkels en voorzieningen gemeente Beek

2 *Detailhandel bestaat uit de volgende door Locatus gedefinieerde groepen: Dagelijks, Mode & Luxe, Vrije Tijd, In/Om Huis en Detailhandel Overig. Het dagelijkse aanbod is onder verdeeld in de hoofdbranches Levensmiddelen (o.a. supermarkten, versspeciaalzaken, etc.) en Persoonlijke verzorging. De overige groepen vormen gezamenlijk het niet-dagelijkse aanbod.*

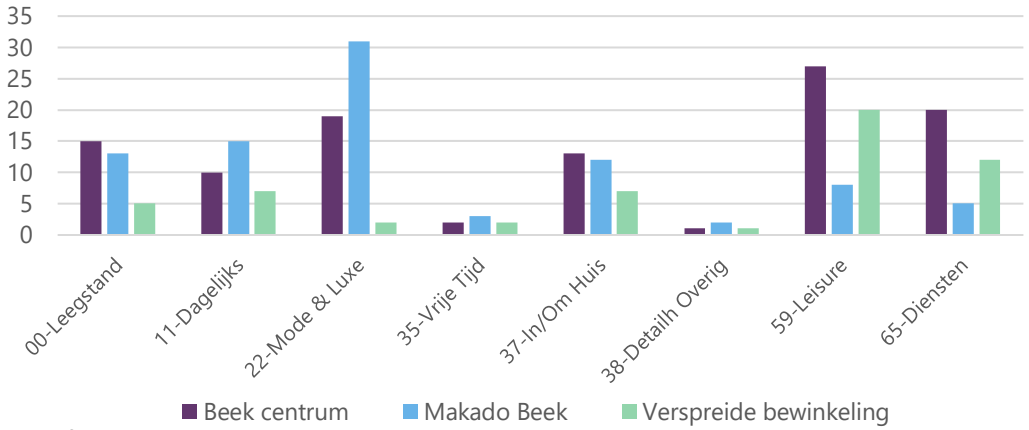
3 *Leegstandsberekening op basis van verkooppunten. Leegstand = aantal leegstaande panden / totaal aantal panden (totaal= detailhandel + Leisure + diensten + leegstand)*

Aanbod kern Beek

Verreweg het grootste gedeelte van het winkelaanbod binnen de gemeente Beek is gevestigd in de gelijknamige kern. De kern Beek beschikt over twee volwaardige aankooplocaties; het centrum en winkelcentrum Makado. Hoewel beide locaties relatief dichtbij elkaar liggen, verschillen ze in opzet van elkaar en trekken ze ieder een eigen doelgroep.

In het centrum van Beek vindt men een divers en kwalitatief aanbod van zowel supermarkten, versspeciaalzaken, mode & luxe en horeca. Ondernemers in het centrum van Beek zitten er vaak al generaties en hebben door de jaren heen een divers en trouw klantenbestand ontwikkeld. Het centrum van Beek richt zich over het algemeen op een wat hoger segment.

In tegenstelling tot het centrum van Beek, zijn in winkelcentrum Makado Beek voornamelijk grote formules gevestigd in de branche Mode & Luxe. Er zijn eveneens twee grote supermarkten gevestigd in het winkelcentrum. De gemiddelde omvang van winkels in Makado is ruim 2,5 keer zo groot als vestigingen in het centrum. In beide locaties hebben de winkels gemiddeld een winkelvloeroppervlak van respectievelijk 130 en 340 m2.

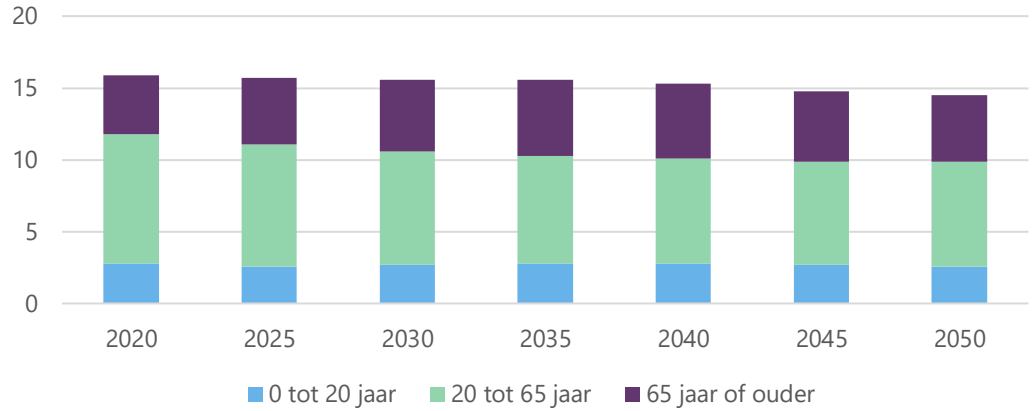


Grafiek 1. Aanbod in verkooppunten (VKP) naar locatie in de kern Beek.

Bevolkingsprognose Beek

Begin 2021 telt de gemeente Beek 15.966 inwoners. Net als in veel andere gemeenten in Limburg neemt het aantal inwoners af als gevolg van ontgroening en vergrijzing. Prognoses voor de gemeente Beek (grafiek 2) laten zien dat deze trend de komende jaren door zal zetten. Waar momenteel circa 26% van de bevolking 65 jaar of ouder is, loopt dit percentage naar verwachting op tot 34% in 2035 en 32% in 2050. Daarnaast wordt tot 2050 een structurele bevolkingsafname verwacht.

Ontwikkelingen in (het centrum van) Beek moeten rekening houden met deze cijfers. Zo wordt het belang van wonen dichtbij voorzieningen groter en neemt daarnaast de vraag naar generatieloze woningen toe. Deze prognose komt overeen met de woonvisie van Beek.



Grafiek 2. Prognose inwoners gemeente Beek naar leeftijdscategorie (x1.000).

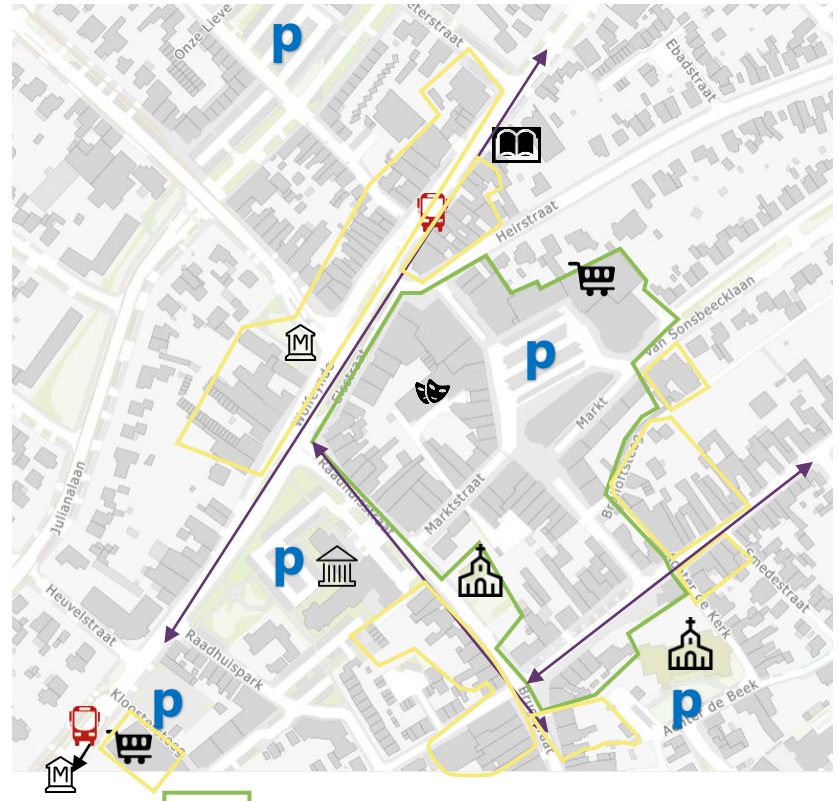
2.3 Ruimtelijk functionele structuur

Aanbod centrum Beek

In 2017 is de Structuurvisie Ruimtelijke Economie Zuid-Limburg (SVREZL) opgesteld. De structuurvisie gaat in op winkels, kantoren en bedrijventerreinen en heeft zodoende ook het centrum van Beek getypeerd. Het centrum van Beek wordt in deze visie omschreven als "*Een boodschappencentrum in een dorp*"[4]. De afbeelding aan de rechterkant van deze pagina geeft in blokken het concentratiegebied en balansgebied weer zoals in de SVREZL opgenomen. Deze afbakening komt overeen met de gebiedsafbakening centrum 1 en 2 uit de Detailhandelsvisie gemeente Beek 2010.

Het centrum van Beek bestaat niet enkel uit detailhandel, maar ook uit horeca, kantoren, gezondheidsfuncties en maatschappelijke functies zoals kerken, musea, bibliotheek, gemeentehuis en het Asta Theater. Het centrum vervult daarmee een belangrijke functie voor alle inwoners van de gemeente. Daarnaast is het centrum van Beek ook een plek waar mensen wonen, zowel boven winkels als in de straten direct om het winkelgebied heen. Dit alles maakt het centrum een plek waar veel verschillende functies samenkomen. Een aantal functies is op de kaart weergegeven met een bijpassend symbool.

Het centrum is uitstekend bereikbaar per auto en de bushalte ligt op ongeveer 200 meter afstand van de Markt. Via diverse entrees is het centrum te bereiken. Voor auto's geldt in een aantal straten dat éénrichtingsverkeer geldt, maar voetgangers en fietsers hebben hierin vrij spel. Aan de rand van het centrum liggen twee grote langparkeerplaatsen, terwijl in het centrum een blauwe zone geldt. Centraal in het centrum van Beek ligt de Markt. De grote parkeerplaats biedt bezoekers de mogelijkheid om voor de deur te parkeren en is daarnaast de plek waar de weekmarkt plaatsvindt. Met een supermarkt als belangrijke trekker, kenmerkt de Markt zich als economisch hart van het centrum.



Afbeelding 2: Ruimtelijk functionele structuur centrum Beek

4 *In de SVREZL staat een beschrijving van kenmerken op basis waarvan de winkelgebieden in Zuid-Limburg in de winkel hiërarchie zijn opgenomen. In het kader van voorliggende visie is echter geconcludeerd dat deze typering tekort doet aan het centrum. Het volgende hoofdstuk gaat hier dieper op in.*

Leegstand blijft toenemen en is niet (altijd) op te vullen met detailhandel

In het centrum van Beek staan in december 2020 vijftien panden leeg. Verwacht wordt dat de leegstand de komende tijd blijft toenemen als gevolg van de coronacrisis (rapport PbL 2020; *Veerkracht op de proef gesteld*). Ook voor de coronacrisis had het centrum van Beek te maken met langdurige leegstand aan de randen van het centrumgebied.

Wanneer gekeken wordt naar de omzet per vierkante meter winkeloppervlak[5] als indicator voor het economisch functioneren van winkels, dan blijkt dat de dagelijkse winkels in het centrum van Beek beneden het landelijk gemiddelde presteren. Dit betekent dat er onvoldoende marktruimte is voor uitbreiding van het dagelijkse artikelenaanbod. Ook het niet-dagelijkse aanbod in het centrum staat fors onder druk. Er zijn onvoldoende marktmogelijkheden (gezien het koopgedrag, consumentenomvang en de bevolkingsontwikkeling) om alle lege panden te vullen met detailhandel. Verwacht wordt dat detailhandel naar de toekomst toe zelfs zal afnemen.

Om het centrum van Beek levendig te houden, is het belangrijk om verder te kijken naar wat wel mogelijk is. Tot voor de coronacrisis leek horeca de oplossing voor elk leegstaand pand in Nederland. Dit is echter verleden tijd. Gezocht moet worden naar een gepaste balans tussen verschillende functies.

Aan de rechterkant van de pagina is per branche een globale inschatting gegeven van de marktruimte en randvoorwaarden. Dit overzicht geeft richting aan mogelijke transformatie-opgaven.

5 *Bron cijfers centrum Beek: KSOL 2019.*
Bron landelijke cijfers: Omzetkengetallen 2019 Ten behoeve van ruimtelijk economisch onderzoek.

Branche	Ontwikkelmogelijkheden	Randvoorwaarden/ Opmerking
Supermarkt	Consolideren	Behouden, belang voor het centrum is groot. Parkeren voor de deur noodzakelijk.
Levensmiddelenspeciaalzaken	Consolideren	Behouden. In de nabijheid van supermarkten, parkeren voor de deur.
Persoonlijke verzorging (apotheek, drogisterij, parfumerie, etc.)	Zeer beperkte toename (5%)	Functioneren over het algemeen goed aan de rand van het centrum en als onderdeel van een winkel.
Mode en luxe (Kledingwinkels, schoenenzaken, juwelier en opticien)	Afname (circa 20%)	Zware concurrentie van het internet. Aandacht voor de klant is voor deze winkels van groot belang, zo ook de omgeving van het bedrijf. Parkeren in nabijheid is wenselijk.
Vrije tijd (sportzaken, speelgoedwinkels, elektronica, tweewielerspeciaalzaak, boekenwinkel, hobbyartikelen)	Afname (circa 10%)	Branches staan onder druk en laten de laatste jaren een dalende omzet zien. Tegelijkertijd zijn deze winkels waardevol voor je centrum. Probeer te behouden.
Horeca	Afname	Draagt bij aan de levendigheid en gezelligheid van het centrum en verhoogt bezoekersduur. Belangrijk om kwalitatief goede ondernemingen te behouden.
Cultuur (bioscoop, theater, museum, etc.)	Consolideren	Behoud het huidige aanbod en zoek de verbinding met het centrum zodat het elkaar versterkt.
Maatschappelijke functies	Beperkte toename	Deze functies kunnen het centrumgevoel versterken en een nieuwe doelgroep aantrekken. Er kan o.a. gedacht worden aan het realiseren/verplaatsen van de bibliotheek of buurthuis.
Zorgvoorzieningen	Toename	Zorgcluster zit buiten het centrum, echter ontstaat een toenemend belang aan zorghuisvesting. Transformeren wordt voor beleggers steeds interessanter. Bij voorkeur aan de rand van het centrumgebied.
Wonen	Toename	Wonen dichtbij voorzieningen wordt steeds wenselijker. Transformeren is hierbij echter noodzakelijk (aan de randen van het centrum). generatieloze woningen hebben prioriteit.

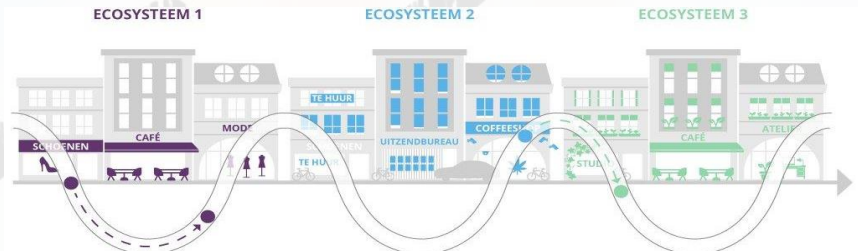
Tabel 1. Ontwikkelmogelijkheden centrum Beek

2.4 Relevante trends en ontwikkelingen

Centrumgebieden zijn volop in ontwikkeling. Niet langer is het centrum de plek waar mensen (enkel) winkelen, het is steeds vaker een plek waar mensen elkaar ontmoeten en waar verschillende functies elkaar versterken. Daarnaast is er nog een aantal belangrijke maatschappelijke trends die invloed hebben op centrum-gebieden. En met de omgevingsvisie in het achterhoofd, is het ook belangrijk om integraal naar het centrum te kijken. Deze pagina schetst de belangrijkste trends en ontwikkelingen voor het centrum van Beek.

1. Winkelgebieden veranderen

Het traditionele winkelcentrum bestaat niet meer. Lange tijd heeft dit geleid tot toenemende leegstand, extra dienstverleners en op sommige plaatsen zelfs ondermijnend gedrag. Op dit moment staan winkelcentra voor een nieuwe uitdaging en zie je steeds vaker dat (delen) van het centrum worden getransformeerd naar nieuwe functies. Zo wordt wonen in een centrum steeds gebruikelijker, zo ook het toevoegen van zorgfaciliteiten.



2. Retail is continue in ontwikkeling

Er zijn diverse trends en ontwikkelingen gaande in de retailsector. Allereerst heeft de sector te maken met een steeds groter wordende invloed van online winkelen. Er zijn steeds meer platforms waarop bedrijven hun producten aanbieden (Bol, Wehkamp, Marktplaats, Beslist en recent Amazon). Fysieke winkels kunnen niet meer zonder een digitale etalage of een webshop met bijbehorende distributie, ook wel omnichanneling geheten. Daarnaast zien we dat bij fysieke winkels brancheverveging optreedt (ook wel *blurring* genoemd). Er is sprake van *blurring* indien de traditionele grenzen tussen detailhandel en horeca, maar ook leisure, dienstverlening, cultuur, evenementen en ambacht, vervagen. De kunst van *blurring* is om klanten te verleiden (klantenbinding) en zo lang mogelijk in de winkel en uiteindelijk het winkelgebied te houden.

3. Hittestress en wateroverlast

Nederland warmt langzaam op. De klimaatverandering heeft grote gevolgen voor bebouwde gebieden. De kans op extreem hoge temperaturen is hier nog groter dan op bijvoorbeeld het platteland. Ook wateroverlast tijdens en na hevige buien veroorzaakt grote problemen. Zowel hittestress als wateroverlast komt vaak voor in centrumgebieden, zo ook in Beek. Groen en aangepaste voorzieningen voor waterberging en -afvoer helpen om beide effecten tegen te gaan. Deze trend zet zich komende jaren naar alle verwachtingen door. Het is dan ook belangrijk om hierop te anticiperen, zodat het ook in de toekomst prettig wonen, werken en winkelen is in het centrum.

4. Vergrijzing brengt eigen vraag

De Nederlandse bevolking is aan het vergrijzen, zo ook de bevolking van Beek. Naast dat de levensverwachting van mensen over het algemeen toeneemt, blijven mensen ook langer zelfstandig wonen. Met deze trend neemt ook de behoefte aan generatieloze woningen toe in ons land. Wonen dichtbij voorzieningen is aantrekkelijk voor deze doelgroep. Belangrijk hierbij is ook dat er aandacht is voor eenzaamheid onder ouderen. Steeds vaker worden plekken gecreëerd waar ouderen elkaar kunnen ontmoeten. Dit biedt kansen voor het centrum van Beek.

5. Authenticiteit en beleving

De hang naar authenticiteit binnen de samenleving is groot. We zoeken naar ‘echte’ en betekenisvolle ervaringen en producten. Hierbij spelen verhalen en lokaal ondernemerschap een belangrijke rol. Laat de bezoeker ervaren wat het centrum echt te bieden heeft. Niet enkel in commerciële producten, maar ook in verhalen (over het verleden), gastvrijheid, ambachtelijke workshops en kunst. Voor Beek biedt dit kansen. Niet enkel om bezoekers langer vast te houden, maar ook om zich te onderscheiden van bijvoorbeeld Makado. Gebruik hiervoor de identiteit van Beek (zie p. 9).

2.5 Samenvatting huidige situatie – SWOT-analyse

Sterkten

- Sterk dagelijks aanbod: supermarkt als trekker op de Markt, een tweede supermarkt aan de rand van het centrum. Aangevuld met bakkerijen, slager en drogisterijen;
- Kwalitatief (specialistisch) aanbod van lokale ondernemers met een regionale aantrekkingskracht;
- Gastvrije ondernemers met passie voor het vak;
- Consumenten ervaren het centrum als *schoon, heel en veilig*;
- Goede kwaliteit (sfeer en beleving) van de openbare ruimte Brugstraat, Burgemeester Janssenstraat en Raadhuisstraat;
- Ondernemers zijn geclusterd in een Bedrijveninvesteringszone (BIZ);
- Goede bereikbaarheid en gratis parkeren.

Kansen

- Het aandeel ouderen in Beek groeit hard. Dit vraagt om generatieloze woningen dichtbij voorzieningen. Petit Cour als lokaal initiatief sluit hier bij aan;
- Het Asta Theater biedt mogelijkheden om verschillende functies (cultuur/ maatschappelijk) aan het centrum toe te voegen;
- Winkelcenta veranderen van *place to buy* naar *place to be*. Dit vraagt om een stukje ontmoeten en beleving in centra;
- Verbinding centrum met dorpsbewoners en maatschappelijke instellingen, vooral door de grote betrokkenheid vanuit de wijk en het verenigingsleven;
- Steeds meer aandacht en behoefte aan duurzaamheid en groen in centra;
- Het verhaal van het Centrum en de ondernemers beter vermarkten;
- Meer gebruik maken van regionale promotiekanalen (Visit Zuid-Limburg) en (fiets- en wandel-)routes.

Zwakten

- Veel steen en weinig groen met als gevolg hittestress en wateroverlast;
- Verhardingen en boomspiegels zorgen voor onveilige situaties;
- Plinten (aan de westkant van de Markt) passen niet binnen het straatbeeld van het centrum;
- De inrichting van de openbare ruimte van de Markt en Burg. Janssenstraat sluit niet bij elkaar aan waardoor synergie ontbreekt;
- Een echt ontmoetingsplein waar men kan vertoeven (inclusief terrassen voor horeca) ontbreekt in het centrum;
- Teruglopend winkelaanbod en afname diversiteit van het aanbod (veel vergelijkbare dienstverleners);
- Vergrijzende ondernemerschap en moeilijkheden in de bedrijfsopvolging van lokale ondernemers.
- Onvoldoende synergie met grote parkeerplaatsen aan de rand van het centrum;
- Weinig combinatiebezoek tussen het aanbod. Bezoekers komen vaak voor (een) specifieke winkel(s);
- Gebrekkige samenwerking tussen actoren in het centrum;
- Het centrum van Beek is online onvoldoende vindbaar;
- Leegstand aan de randen van het centrum;
- Een plek voor jongeren in het centrum ontbreekt.

Bedreigingen

- Toename van concurrentie Makado;
- Verdere toename van leegstand als gevolg van trends en ontwikkelingen, op het gebied van retail, ontbrekende bedrijfsopvolging en het coronavirus;
- Non-food komt verder onder druk te staan door groei online winkelen.

2.6 Opgaven centrum Beek

Na het maken van een SWOT-analyse is het vervolgens interessant om de sterkten en zwakten te confronteren met de kansen en bedreigingen. Dit geeft inzicht in de centrale kansen en opgaven voor het centrum van Beek. Om nog meer structuur te geven aan de belangrijkste opgaven, wordt gebruik gemaakt van het Analysemodel vitale centra (nevenstaand figuur). Voor het functioneren van een centrum zijn immers verschillende onderdelen van belang: *Aanbod*, *Marketing & promotie*, *Sfeer & beleving*, *Samenwerking*, *Toegankelijkheid* en *Schoon, heel en veilig*.

Het centrum van Beek kent de volgende opgaven:

- De identiteit van het centrum van Beek meer tot uiting laten komen.
- Het binden en verleiden van de consument via gezamenlijke promotie.
- Compacter maken van het centrum. Dit betekent winkels en horecabedrijven clusteren en vrijkomende ruimte benutten voor transformatie naar woningen, zorg en andere functies.
- De synergie tussen de verschillende deelgebieden versterken zodat de consument verleid wordt om ook naar andere delen te gaan.
- De ruimtelijke inrichting van het centrum (voornamelijk de Markt) versterken. Dit vraagt om een gepaste balans tussen de ontmoetingsfunctie en de parkeerfunctie (voor auto's en fietsen) en oog voor hittestress en vergroening.
- Het centrum moet toegankelijk zijn voor iedereen. Dit vraagt om een goede ontsluiting, oog voor mindervaliden en meer ruimte voor voetgangers en fietsers.
- Schoon, heel en veilig versterken en ook naar de toekomst toe waarborgen.
- Structurele samenwerking versterken tussen actoren in het centrum.

Bovenstaande opgaven zijn concreet en ambitieus. Niets doen is geen optie meer en ook met enkel de openbare ruimte/parkeren aanpakken is het centrum van Beek er niet. Het centrum moet compacter, samenwerken wordt steeds belangrijker en daarnaast is een betere positionering wenselijk. Het volgende hoofdstuk gaat verder in op de visie voor het centrum.

Figuur 1: Analysemodel vitale centra

03

Visie & ambitie – Wat willen we zijn?

3.1 Visie – Wat willen we zijn?

Het centrum van Beek moet een plek zijn voor iedereen. Het is het hart van de gemeente en daardoor dé plek waar mensen graag winkelen, verblijven, wonen en ondernemen. Als aders door het hart lopen diverse wegen die de bereikbaarheid versterken. Voor fietsers, auto's, voetgangers en mensen die mindervalide zijn is het een toegankelijke plek. Hoewel bereikbaarheid en parkeren heel belangrijk zijn voor ondernemers, willen we het centrum ook toekomstbestendig maken en sfeer toevoegen aan het hart. Met oog voor de parkeerbalans en –behoefte wordt groen toegevoegd in het centrum. Hierdoor versterken we de uitstraling van het centrum, verminderen we hittestress en voorkomen we tegelijkertijd wateroverlast.

In het centrum is een passend boodschappen aanbod aanwezig. De supermarkten dienen als trekkers, maar ook onze (ambachtelijke) versspeciaalzaken zijn kenmerkend. Dit trekt mensen naar het centrum en brengt zodoende leven in ons hart. Het centrum is daarnaast al generaties lang de plek die inwoners en bovenregionale bezoekers weet te trekken door toonaangevende ondernemingen in detailhandel. Dit houden we vast door uit te blinken in kwaliteit, specialisme, ondernemerschap en gastvrijheid. Om dit vast te houden is een compacter detailhandelscentrum van groot belang. Dit betekent versterken van het aanbod op de ene plek en transformatie van detailhandel naar andere functies op de andere locatie. Paragraaf 3.2 gaat hier verder op in.

De ervaring die we in de winkel overbrengen willen we ook gaan uitstralen in de openbare ruimte en in marketing en promotie. Zo laten we bezoekers nog beter meegenieten van de kwaliteiten die we hebben. We willen ons hart levendig houden. Hier hoort o.a. een passend evenementenprogramma bij, evenals culturele activiteiten. Het vraagt echter ook om structurele wijzigingen. Het transformeren van (leegstaande) panden naar bijvoorbeeld woningen zorgt dat wonen dichtbij voorzieningen mogelijk is en biedt ruimte aan een steeds groter wordende doelgroep; ouderen. Tegelijkertijd moeten we het centrum ook toegankelijk maken/houden voor onze jeugd en jongvolwassenen. Een passend aanbod leisure, horeca en maatschappelijke functies hoort hierbij. Indien het centrum aantrekkelijk is voor inwoners, trekt het ook dagtoeristen aan.

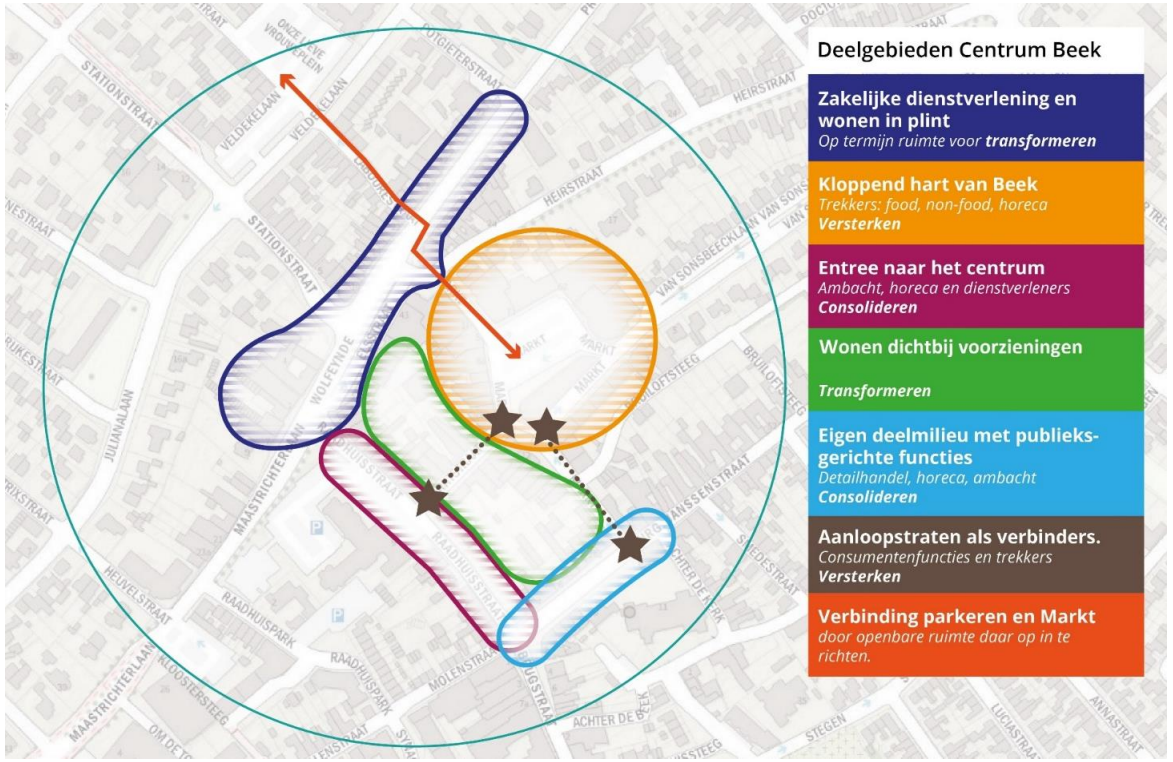
Een gepaste balans tussen verschillende functies is een belangrijk uitgangspunt om het hart kloppend te houden. We zijn hier met elkaar van bewust en slaan de handen ineen om hier passende oplossingen voor te vinden.

Beek centrum

Kwaliteit, specialisme, ondernemerschap en gastvrijheid. Incl. passend dagelijks aanbod

3.2 Visie vertaald naar deelgebieden

In de vorige paragraaf is de visie voor het centrum van Beek weergegeven. Om hier meer invulling aan te geven, is het centrum opgedeeld in diverse deelgebieden. Ieder deelgebied heeft zijn eigen kenmerken, zo ook opgaven. Figuur 2 geeft een overzicht van de voor het centrum van Beek geldende deelgebieden. Rond het centrum is een symbolische cirkel getekend die aangeeft dat het centrum breder is dan enkel de straten met een commerciële hoofdfunctie. In het gebied rondom de deelgebieden wordt gewoond. Dit vormt eveneens een belangrijk onderdeel van het centrumgebied in zijn geheel.



Figuur 2: Deelgebieden centrum Beek

Wolfeynde – Maastrichterlaan – Stationstraat: Transformatie

Dit deelgebied bestaat uit de toegangswegen naar het centrum van Beek. Deze doorgaande verkeersfunctie is sterk bepalend voor de invulling van de panden. Bedrijven profiteren van de zichtbaarheid. Daarentegen zijn de parkeermogelijkheden beperkt en parkeren klanten veelal op afstand, bijvoorbeeld op het Onze Lieve Vrouweplein. In de plint domineren zakelijke dienstverleners en wonen op begane grond (nabij voorzieningen) het beeld. Beperkte mogelijkheden zien we voor fastservice horeca. Her en der zijn winkels gevestigd die vooral doelgericht worden bezocht (zoals een fietsenzaak en scooterzaak, maar ook een gezondheidsplint). Dit gebied wordt aangewezen voor transformatie en kan daarom komende jaren transformeren van winkelstraat naar straat met verschillende vormen van bedrijvigheid en wonen.

Markt: Versterken

Het kloppend hart van Beek en centraal in het centrum. Een start- en eindpunt voor bezoekers die (vooral) de ondernemingen aan de Markt en aanpalende straten bezoeken. We treffen hier commerciële trekkers in de food, non-food en horeca aan. Behoud van detailhandel (en bijbehorende werkgelegenheid) is belangrijk. Naast de sociaal-economische component van het centrum, vervult het Asta Theater een cultureel-maatschappelijke functie. Belangrijk is dat de verschillende functies op de Markt onderling in balans zijn. Het plein is op dit moment vooral functioneel van karakter en wordt voornamelijk gebruikt om te parkeren en door de weekmarkt. Door een opwaardering van het verblijfsklimaat krijgen voetgangers en fietsers een prominentere plek in het straatbeeld en wordt groen toegevoegd. Hierbij wordt rekening gehouden met het belang van parkeren voor de deur voor het economisch functioneren van ondernemers op de Markt.

Raadhuisstraat tot kruising Brugstraat: Consolideren
Dit deelgebied wordt gezien als de entree naar het centrum. De parkeervoorziening bij het gemeentehuis is een belangrijk bronpunt en dient tegelijkertijd als mogelijke evenementenlocatie. Bezoekers die wat langer het centrum bezoeken, starten hier hun bezoek. Hier domineren dienstverleners en ambacht het straatbeeld. De aantrekkelijkheid van de route naar de Markt (via de Marktstraat) voor voetgangers wordt versterkt. Dit geldt ook voor de route richting de Burgemeester Janssenstraat.

Wonen dichtbij voorzieningen
Het centrum is niet enkel een commerciële plek, maar voorziet in de woonbehoeften van inwoners. Wenselijk is dat in het centrum van Beek meer woningen worden gerealiseerd die generatieloos wonen[6] dichtbij voorzieningen mogelijk maakt. Hierbij moet ook nadrukkelijk aandacht zijn voor groen en duurzaamheid. Stedenbouwkundige ideeën die hierop aansluiten worden door de gemeente begeleid en onderzocht op haalbaarheid.

Burgemeester Janssenstraat tot aan kruising Achter de Kerk: Consolideren Een deelmilieu met een geheel eigen karakter en mix van verschillende publieksgerichte bedrijven. Het gaat zowel om horeca, winkels als ambacht. De historische waarde van dit deelgebied is groot. Het heeft daarnaast een groen en open karakter. Dit komt onder andere door de kerk die aan de Burgemeester Janssenstraat is gevestigd. De Burgemeester Janssenstraat heeft een fijn verblijfsklimaat. Daarnaast geldt dat bij de eventuele realisatie van het deelgebied *wonen dichtbij voorzieningen* wellicht een extra route in de luwte wordt toegevoegd.

Aanloopstraten als verbinders: Versterken
Om het centrum meer met elkaar te verbinden hebben we twee aanloopstraten getypeerd. Voor het gehele centrum is het van belang om deze aanloopstraten te versterken. Het gaat hier om de volgende straten:

Marktstraat: De Marktstraat verbindt de Markt met de entree. Hier treffen we een mix van consumentgerichte functies waarbij bezoekers parkeren op de Markt of bij het gemeentehuis. Belangrijk is dat we deze straat gebruiken om bezoekers te verleiden om "de hoek om te gaan". Dit kan door de hoekpanden aantrekkelijk in te vullen, maar ook door middel van kunst etc. Voorop staat dat het centrum meer met elkaar verbonden wordt.

Markt – Burgemeester Janssenstraat: De straat tussen de Markt en de Burgemeester Janssenstraat wordt slechts in beperkte mate commercieel gebruikt. Daarnaast zijn er diverse woningen gevestigd. Deze straat is een belangrijke verbinder van het centrum en verdient daarom aandacht. Specifiek aandacht is er voor de hoekpanden en openbare ruimte. Dit wordt meegenomen in het schetsontwerp van de Markt. De fysieke ruimte is aanwezig voor toekomstige terrassen.

Route Onze Lieve Vrouweplein – Markt: Transformeren
Om de potenties van deze parkeerlocatie beter te benutten, krijgt de looproute een impuls via de openbare ruimte. De invulling van de hoekpanden, die *steppingstones* vormen, vraagt om extra aandacht. Voor het overige transformeert dit gebied naar een mix van wonen en (niet consumentgerichte) bedrijvigheid.

6 *Hiermee worden levensloopbestendige woningen bedoeld.*

Droombeeld toekomstvisie centrum Beek

Wehrung Architecten

04

Uitvoerings-strategie & organisatie

1. Compactiseren/versterken ruimtelijk economische structuur
2. Versterken sfeer en beleving
3. Waarborgen bereikbaarheid en parkeren
4. Waarborgen schoon, heel en veilig
5. Gezamenlijke marketing & promotie en versterking van de gastvrijheid
6. Versterken van de samenwerking

4.1 Strategielijnen

In het vorige hoofdstuk staat de visie voor het centrum van Beek beschreven, evenals de vertaling naar deelgebieden. Dit hoofdstuk gaat verder waar het vorige hoofdstuk is geëindigd en benoemt de strategielijnen en acties die nodig zijn om de visie te behalen.

Aan de linkerkant van deze pagina staan 6 strategielijnen weergegeven, gebaseerd op het analysemodel en de belangrijkste opgaven voor het centrum van Beek. In dit hoofdstuk staan de strategielijnen verder uitgewerkt en voorzien van concrete acties.

Met het proces naar deze visie is ook gewerkt aan de samenwerking tussen ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente, maar ook met verenigingen, bewoners en Stichting Asta. Daarin kan het centrum nog winst boeken. De eerste stappen zijn gezet. Dit uitvoeringsprogramma dient als agenda om gezamenlijk de marsroute voor de komende jaren te bepalen. De gemeente neemt daarbij het voortouw en nodigt partijen uit om samen stappen te zetten.

De visie loopt tot 2030. Echter, gelet op de veranderingen in de detailhandel en centrumgebieden is het raadzaam om na 2025 de strategielijnen in deze visie te evalueren en waar nodig aan te scherpen. Op die manier wordt ook enige flexibiliteit in de visie en in het uitvoeringsprogramma gecreëerd.

4.2 Uitvoeringsprogramma

Strategielijn 1: Compactiseren/versterken ruimtelijk economische structuur

Het centrum van Beek kampt met structurele leegstand. Daarnaast verwachten we dat onder invloed van de coronacrisis en trends en ontwikkelingen die al langer van invloed waren op de vitaliteit van centra, de leegstand verder zal toenemen. We willen het centrum compacter en economisch sterker maken, door:

- ❑ Het mogelijk maken van gewenste ontwikkelingen via passende gemeentelijke kaders. De visie en gebiedsprofielen worden in vertaald in **planologische kaders** waarbij rekening wordt gehouden met het toevoegen van woningen alsook het parkeren. De planologische kaders worden benut voor het opstellen van een **schetsontwerp** voor de (her)inrichting van de openbare ruimte. Het schetsontwerp maakt de aanpak, de te zetten stappen en de benodigde investeringen duidelijk.
  - ✓ Termijn: 2021-2022 ✓ Trekker: Gemeente
- ❑ Het **faciliteren van passende initiatieven** via een rode loper zodat gemeentelijke processen soepel doorlopen worden.
  - ✓ Termijn: doorlopend ✓ Trekker: Gemeente
- ❑ Het **begeleiden en aanjagen van initiatieven** (zoals Petit Cour). Hier wordt een (externe) begeleider voor aangesteld.
  - ✓ Termijn: 2021 - 2023 ✓ Trekker: Gemeente
- ❑ **Verkennen van de mogelijkheden van een stimuleringsregeling voor Beek.** Naast het transformeren van winkelpanden naar bijvoorbeeld wonen, kan de stimuleringsregeling ook worden gebruikt om winkels te verplaatsen, een gevelfonds voor het opknappen van gevels in te richten en/of het bieden van ruimte voor ondernemerschap. Naast de opzet van een regeling gaat het ook om het in beeld brengen van de (co)financiering.
  - ✓ Termijn: Vanaf 2022 ✓ Trekker: Gemeente
- ❑ **Versterken van ondernemerschap** zodat panden gevuld worden met bedrijven die passen bij het profiel van Beek. Een voorbeeld hiervan is het verbinden van startende, nieuwe ondernemers en vastgoedeigenaren.
  - ✓ Termijn: 2021 – 2023 ✓ Trekker: Gemeente

Strategielijn 2: Versterken sfeer en beleving

Het centrum kent een mix van aantrekkelijke winkels en horecazaken die het bezoek aan het centrum meer dan de moeite waard maken. Uit het koopstromenonderzoek (KSO Limburg 2019) volgen ook aanknopingspunten om het verblijfsklimaat voor bezoekers te versterken. Nodig omdat dit voor het verleiden en binden van consumenten steeds belangrijker wordt. De volgende actiepunten vallen onder deze strategielijn:

- ❑ In het **schetsontwerp** (zie ook strategielijn 1) worden de mogelijkheden voor **groen, water en licht** onderzocht. Dit resulteert in een **groenplan** voor de vergroening van de openbare ruimte en gevels. Voor meer sfeer, maar ook om hittestress en wateroverlast tegen te gaan. Dit plan wordt parallel met de herinrichting uitgevoerd. In de tussentijd wordt op de korte termijn (tijdelijk) groen toegevoegd aan de Markt.
  - ✓ Termijn: 2021-2022 ✓ Trekker: Gemeente
- ❑ **Opstellen en uitvoeren van een 'belevingsplan'** door het Centrummanagement in samenwerking met de gemeente en stakeholders zoals Visit Zuid-Limburg en Culturele Werkgroep Beek. Uitgangspunt is dat de sfeer wordt vergroot met banieren, sfeerverlichting en evenementen die de identiteit van Beek tot uiting laten komen in combinatie met bijpassende informatieborden, interactieve panelen en kunst in de openbare ruimte en op gevels. De gemeente draagt door middel van cofinanciering bij.
  - ✓ Termijn: 2021-2025 ✓ Trekker: Centrummanagement, ondersteunt door gemeente

Strategielijn 3: Waarborgen bereikbaarheid en parkeren

Beek is door de ligging nabij twee snelwegen per auto goed bereikbaar vanuit de regio en daarbuiten per auto. Daarbij bezoeken ook tal van bezoekers de winkels en horeca met de fiets en te voet. De bereikbaarheid en de parkeermogelijkheden wordt versterken door:

- ❑ **Monitoren van de afspraken over het parkeerregime** in het centrum die zijn opgenomen in een convenant via een periodieke evaluatie door gemeente en Centrummanagement.
  - ✓ Termijn: doorlopend ✓ Trekker: Gemeente
- ❑ **Monitoren** gegevens centrum zoals (toekomstige) **parkeerdruk** Markt via parkeermetingen.
  - ✓ Termijn: 2022 en 2024 ✓ Trekker: Gemeente
- ❑ Het **Asta Theater toevoegen aan het verkeersconvenant** om zo toekomstige druk te bewaken.
  - ✓ Termijn: 2021 ✓ Trekker: Gemeente
- ❑ **Kwaliteitsimpuls van de Markt** via een herinrichting op basis van een schetsontwerp (zie ook strategielijn 1 en 2). Het schetsontwerp moet inzicht geven in de consequenties/effecten van aanpassingen in het gebruik en de inrichting van de openbare ruimte voor het parkeren binnen en de bereikbaarheid van het centrum als geheel. Daarbij wordt ook verkend wat de mogelijkheden zijn om de verbindingen met de langparkeerplaatsen te verbeteren zodat de aantrekkelijkheid daarvan voor bezoekers (die langer in het centrum willen blijven) wordt vergroot. Belangrijk is dat in het schetsontwerp aandacht is voor de positie van voetgangers en fietsers. Ook de verbinding met duurzaamheid moet in het schetsontwerp worden gemaakt in de vorm van laadpalen voor elektrische auto's en fietsen.
  - ✓ Termijn: 2021 – 2022 ✓ Trekker: Gemeente
- ❑ **Toevoegen van bewegwijzering** rondom en in het centrum van Beek. Zowel voor fietsers als voor automobilisten.
  - ✓ Termijn: 2022 - 2023 ✓ Trekker: Gemeente

Strategielijn 4: Waarborgen schoon, heel en veilig

Het centrum moet netjes en veilig zijn. Dit zijn basisvoorwaarden die op orde zijn en ook op orde moeten blijven. De volgende acties worden opgepakt:

- ❑ **Jaarlijkse schouw** met ondernemers, vastgoedeigenaren, gemeente, Gehandicaptenplatform Beek, politie en brandweer geïnitieerd door de gemeente en Centrummanagement. De actiepunten vanuit deze schouw worden vervolgens opgepakt door de deelnemers aan de schouw.
  - ✓ Termijn: doorlopend ✓ Trekker: Gemeente
- ❑ **Continuering van de aanpak ondermijning** door de gemeente gericht op het voorkomen en tegengaan ondermijnende criminaliteit.
  - ✓ Termijn: Doorlopend ✓ Trekker: Gemeente

Strategielijn 5: Gezamenlijke marketing & promotie en versterking van de gastvrijheid

Beek heeft met haar specialisten, bedrijven met naam en faam het nodige te bieden. Door deze kwaliteiten samen onder de aandacht te brengen, met aandacht voor typisch Beekse elementen en verhalen kan de consument nog beter verleid worden om het centrum te bezoeken. Hiertoe worden de volgende zaken opgepakt:

- ❑ Aan de slag met **marketing en promotie.** Centrummanagement neemt hierin het voortouw. Een actuele website voor het centrum is van belang, evenals de promotie via bijvoorbeeld Visit Zuid-Limburg.
  - ✓ Termijn: Doorlopend ✓ Trekker: Centrummanagement
- ❑ Opstellen van een **gezamenlijke evenementen- en activiteitenkalender** door Centrummanagement en Culturele werkgroep Beek. Daarbij worden bestaande activiteiten voor bezoekers op een rij gezet. Digitaal/online en/of fysiek in de vorm van een handzame flyer. Daarbij wordt ook gekeken naar de koppeling met de verhalen uit Beek.
  - ✓ Termijn: Doorlopend ✓ Trekker: Centrummanagement en Culturele werkgroep Beek
- ❑ Ontwikkelen van **praktische trainingen** in samenwerking met het Retail Innovation Centre van MKB Limburg en/of de Retail & Business Academy. Denk daarbij bijvoorbeeld aan thema's zoals gastvrijheid in centrumgebieden, betekenis van duurzaamheid voor winkelcentra, nieuwe wensen van de klant.
  - ✓ Termijn: Doorlopend ✓ Trekker: Gemeente
- ❑ **Samenwerking Visit Zuid-Limburg versterken.** Bijvoorbeeld via kennisbijeenkomsten over de inzet van social media of promotie via de website van Visit Zuid-Limburg.
  - ✓ Termijn: Doorlopend ✓ Trekker: Centrummanagement

Strategielijn 6: Versterken van de samenwerking

De versterking van het centrum vraagt een integrale aanpak waarbij ondernemers, overheid en vastgoedeigenaren samen acties oppakken. Dit vraagt om een andere manier van samenwerken dan partijen de afgelopen jaren hebben gedaan. Samenwerking is een groeiproces waarbij aandacht moet zijn voor inhoud en organisatie. Daarbij wordt begonnen met quick-wins gericht op zichtbare resultaten op korte termijn. Partijen richten samen een **stuurgroep centrum Beek** in om de koers vanuit deze centrumvisie en de opvolging van de verschillende acties en maatregelen te bewaken. Deze stuurgroep zorgt ook voor afstemming tussen de verschillende acties en maatregelen. Zij werkt aan de hand van een jaarlijkse **centrumagenda** die ontleent wordt aan de centrumvisie. Om tot uitvoering te komen is uitvoeringscapaciteit nodig. Alle partijen moeten daarin een bijdrage leveren in termen van tijd, kennis, ervaring en middelen. We stellen voor om een tijdelijke **kwartiermaker** aan te stellen die de nieuwe organisatiestructuur inricht en de uitvoering/het aanjagen van de prioritaire projecten oppakt. Bedoeld als spin-in-het-web van activiteiten die partijen verbindt en als 'buitenboordmotor' de versterking van het centrum op gang brengt.

- ❑ Inrichten van een **nieuwe samenwerkingsstructuur** met een **stuurgroep** in 2021 waar Centrummanagement, vastgoedeigenaren, Stichting Asta, bewoners en de gemeente participeren. De stuurgroep coördineert gezamenlijk de voortgang van het uitvoeringsprogramma en stuurt waar nodig bij.
  - ✓ Termijn: Doorlopend ✓ Trekker: Gemeente
- ❑ Een **kwartiermaker** helpt in 2021 – 2022 om de nieuwe samenwerkingsstructuur en werkwijze te implementeren. Dit is een aanvulling op de in Strategielijn 1 benoemde begeleider/aanjager.
  - ✓ Termijn: 2021-2023 ✓ Trekker: Gemeente
- ❑ Onderzoeken mogelijkheden voor een **collectief van eigenaren**.
  - ✓ Termijn: 2023 ✓ Trekker: Gemeente

4.3 Tijd voor actie

Het centrum van Beek is een belangrijke plek in de gemeente. Er wordt gewoond, gewerkt, gewinkeld en gerecreëerd. Een vitaal, leefbaar en aantrekkelijk centrum is van groot belang voor het dorp. Niet enkel voor ondernemers, maar vooral ook voor inwoners. Het centrum draagt immers bij aan de leefbaarheid en levendigheid van Beek.

Trends en ontwikkelingen laten zien dat centrumgebieden kwetsbaar zijn en de leegstand komende jaren gaat toenemen. Het uitvoeringsprogramma geeft de acties weer die nodig zijn om het centrum vitaal te houden. Een compacter centrum is hierbij het uitgangspunt, zo ook het stimuleren van samenwerking en ondernemerschap.

Het is belangrijk om de energie die is ontstaan tijdens het opstellen van deze visie vast te houden en gezamenlijk stappen te zetten in de uitvoering. Het uitvoeringsprogramma geeft hier richting aan. Gelet op de huidige coronacrisis is het wenselijk om snel de eerste stappen te zetten in de uitvoering. In eerste instantie is het raadzaam om in te zetten op de volgende drie actiepunten:

1. **Opstellen van een schetsontwerp** voor de Markt, Marktstraat, Markt – Burgemeester Janssenstraat, Heirstraat en Van Sonsbeecklaan. In het schetsontwerp moeten de volgende onderwerpen in ieder geval aan de orde komen: parkeren en parkeerdruk Markt, verkeersafwikkeling Markt en aanpalende straten, groen, sfeerelementen/-verlichting, weekmarkt, zitplaatsen, pleinen, bewegwijzering van/naar langparkeerplaatsen, laadpalen auto's en fietsen, fietsparkeren, hittestress en wateroverlast.
2. **Aanstellen kwartiermaker en begeleider/aanjager.** Ondernemers in het centrum kunnen het niet alleen. Om het centrum vitaal te houden is het belangrijk dat vooral komende jaren hulp geboden wordt in de vorm van een kwartiermaker. Een begeleider/aanjager is nodig om nieuwe ontwikkelingen en initiatieven in het gehele centrum te begeleiden.
3. **Oprichten stuurgroep**. De stuurgroep coördineert gezamenlijk de voortgang van het uitvoeringsprogramma en stuurt waar nodig bij. Belangrijk is om vanaf het begin een gedreven groep te creëren die periodiek bij elkaar komt.

Naast deze drie actiepunten is het van groot belang dat ook aan de andere actiepunten gewerkt wordt. Hier staat niet enkel de gemeente voor aan de lat, maar alle actoren in het centrum. Een vitaal centrum kan de gemeente immers niet alleen maken. Daar is ieders hulp bij nodig!

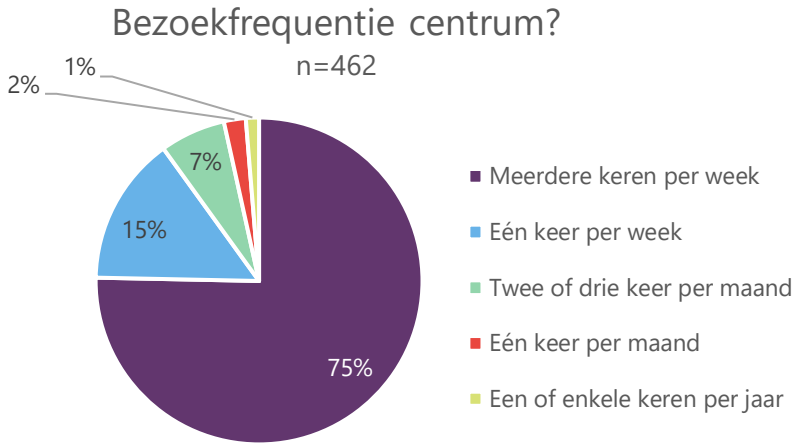
Bijlagen

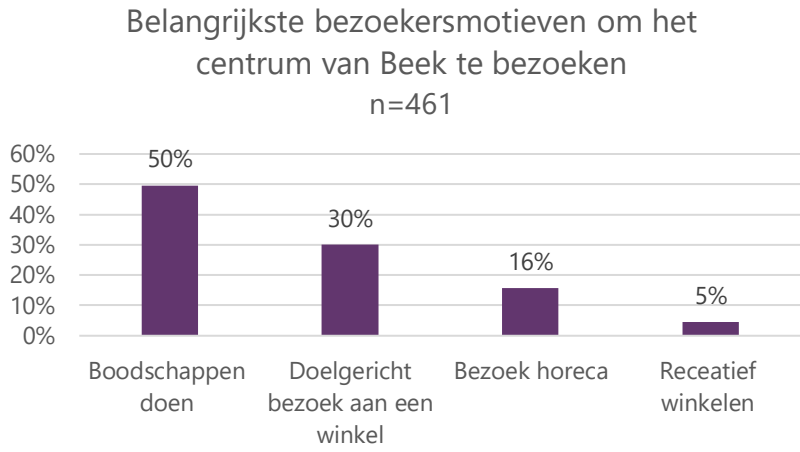
Bijlage 1: Inwonersenquête

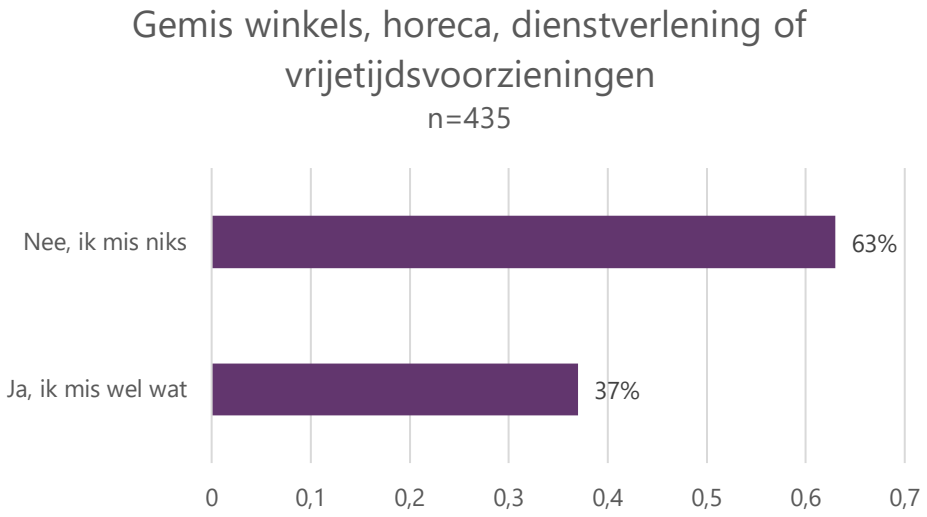
Response
Inwoners uit de gemeente Beek konden gedurende een looptijd van een paar weken hun mening geven over het centrum van Beek. De digitale enquête is via social media en de krant onder de aandacht gebracht bij inwoners. In totaal hebben 462 inwoners de vragenlijst gedeeltelijk of volledig ingevuld. De uitkomsten staan op komende pagina's weergegeven en zijn verwerkt in de visie.

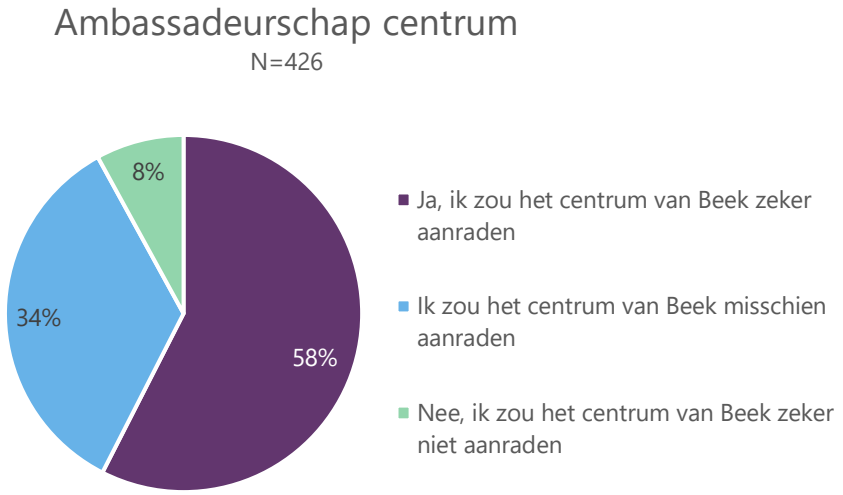
Bezoekfrequentie centrum
Respondenten hebben een hoge gemiddelde bezoekfrequentie. 75% geeft aan meerdere keren per week naar het centrum van Beek te komen. Slechts 3% van de respondenten komt maximaal 1 keer per jaar naar het centrum.

Bezoekersmotieven
De helft van de respondenten geeft als belangrijkste bezoekersmotief *boodschappen doen*. Dit wordt gevolgd door het motief *doelgericht bezoek aan een winkel*. In beide gevallen bezoekt de respondent het centrum van Beek doelgericht voor aankopen. *Bezoek aan horeca* en *recreatief winkelen* scoort beduidend lager dan de doelgerichte motieven.









Gemis winkels, horeca, dienstverlening of vrijetijdsvoorzieningen
Respondenten missen over het algemeen weinig in het centrum van Beek. Desalniettemin geeft 37% van de respondenten aan het aanbod niet volledig compleet te vinden. Hoewel niet direct gelinkt aan het aanbod, is een veel genoemd argument het gemis van een gezellig plein met terrassen. Ook extra horeca op de Markt wordt als pluspunt benoemd. Verder wordt een viszaak veelvuldig genoemd, evenals een “Blokker-achtige winkel”, kleine bioscoop, hobbyzaak, chocolaterie en toko.

Ambassadeurschap centrum
Ruim de helft van de respondenten geeft aan het centrum van Beek zeker aan te raden aan vrienden en familie. Veelgenoemde redenen hiervoor zijn de kwaliteit en diversiteit van het aanbod, gezelligheid, gratis parkeren en de compactheid van het centrum (winkels dichtbij elkaar).

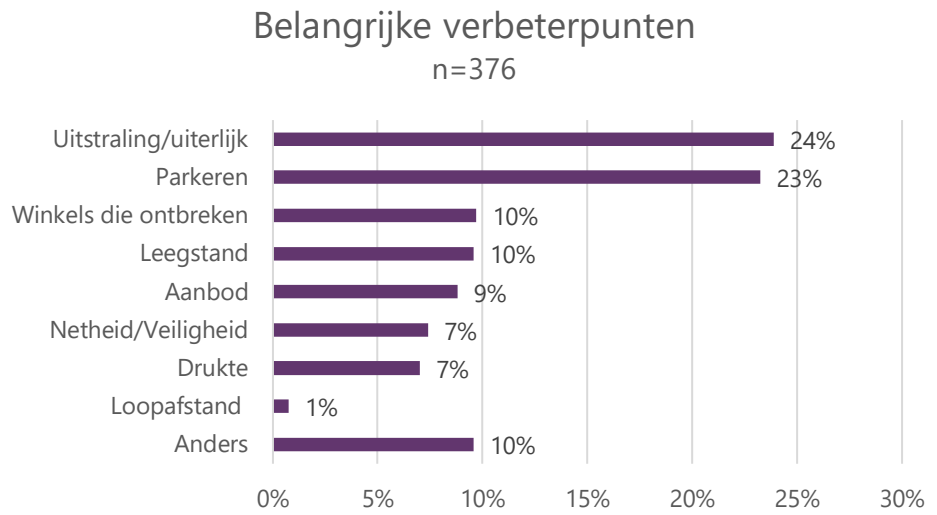
34% van de respondenten geeft aan het centrum misschien aan te raden. Een veelgenoemde reden is dat men het aanbod duur vindt en enigszins beperkt. Daarnaast wordt gebrek aan gezelligheid en sfeer als belangrijkste argument gebruikt. Ook het onderscheidend vermogen ten opzichten van andere centra ontbreekt. Hoewel gratis parkeren als sterkte wordt gezien door een grote groep respondenten, wordt als minpunt benoemd dat het op gezette tijden (te) druk is en parkeren lastig is.

Tot slot raad slechts 8% van de respondenten het centrum zeker niet aan. Gebrek aan sfeer en gezelligheid wordt door deze groep het vaakst als argument gebruikt.

Belangrijkste verbeterpunten

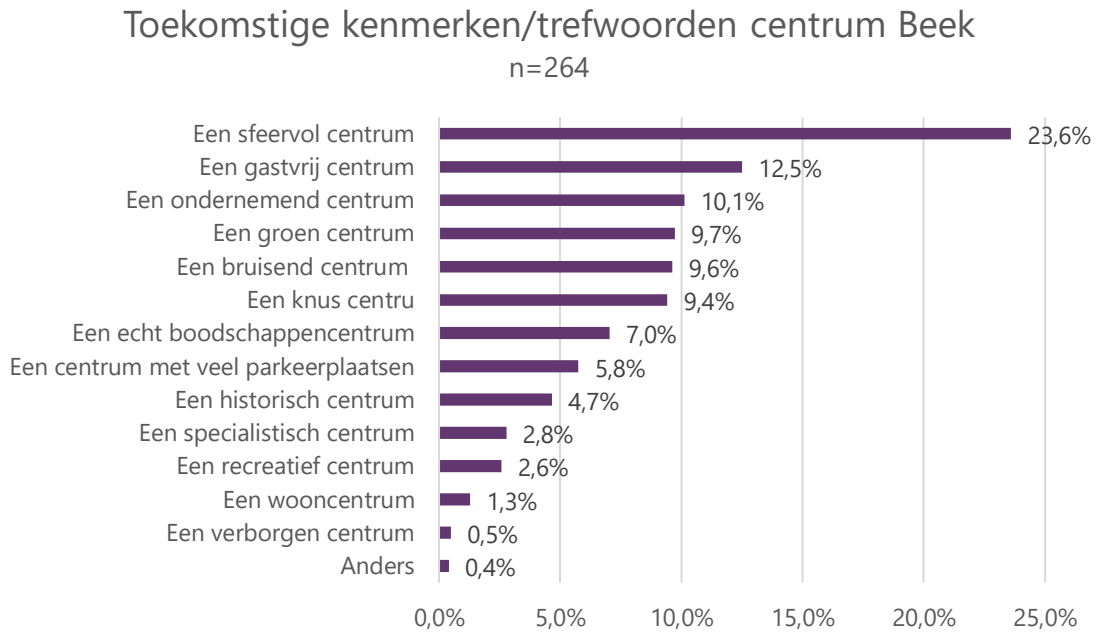
Respondenten is gevraagd de belangrijkste verbeterpunten voor het centrum van Beek aan te geven. Hierbij waren meerdere antwoorden mogelijk. De belangrijkste verbeterpunten van respondenten zijn de uitstraling van het centrum en de parkeerfaciliteiten. Dit komt overeen met de antwoorden van de vorige vraag (ambassadeurschap centrum).

Als aanvullende verbeterpunten wordt genoemd *meer groen* en *realiseren terras*.



Kenmerken/trefwoorden centrum

Bijna een kwart van de respondenten vindt dat het centrum van Beek een sfeervol centrum moet zijn. Dit wordt gevolgd door de termen *gastvrij* en *ondernemend*. Kenmerken die hoog scoren gaan over het algemeen over een gezellig centrum. De beleving is hierbij dus van groot belang.



Bijlage 2: Koopstromenonderzoek – Consument centraal

Het centrum van Beek heeft een (inter-)nationale trekkracht.

In 2019 is door onderzoeksbureau I&O een koopstromenonderzoek uitgevoerd in de gemeente Beek. Dit onderzoek geeft inzicht in het koopgedrag van inwoners en bezoekers, evenals hun waardering en bezoekmotieven.

Het centrum van Beek heeft een regionale trekkracht. Wanneer we kijken naar het dagelijkse aanbod (supermarkten, levensmiddelen, drogisterijartikelen, etc.) dan valt op dat 70% van de omzet afkomstig is van inwoners uit de eigen gemeente. 11% valt toe te schrijven aan Nederlandse inwoners van buiten de gemeente, maar ook Duitsers en Belgen kopen dagelijkse producten in Beek (respectievelijk 11% en 7% van de totale omzet). De totale omzet dagelijks bedraagt € 27,4 miljoen.

Vooral de niet-dagelijkse branches trekken bezoekers van buiten de gemeente naar het centrum. Het aandeel toevloeiing in de totale bestedingen (17,9 miljoen) is vele male hoger dan bij vergelijkbare benchmarkkernen (68% t.o.v. 37%). De omzet gaat voornamelijk naar de winkels in de branche Mode en Luxe (11,3 miljoen). Winkels in het centrum van Beek trekken al vele generaties bezoekers uit de wijde omtrek aan.

Consument waardeert het centrum van Beek

Via het koopstromenonderzoek zijn consumenten gevraagd om hun oordeel te geven over het centrum van Beek. Bezoekers waarderen het centrum gemiddeld met een 8.1. Hiermee staat het centrum van Beek op de 5e plek van best gewaardeerde winkelgebied van Limburg (KSOL, 2019). Vooral het functionele karakter van het centrum van Beek wordt gewaardeerd. Dit komt tot uiting in de rapportcijfers van *schoon, heel en veilig, bereikbaarheid per fiets en auto* en *parkeren*. De bereikbaarheid met het openbaarvervoer is een verbeterpunt. De beoordeling van het winkel en horeca aanbod is goed. Vooral de kwaliteit van het winkelaanbod scoort bovengemiddeld hoog.

Het centrum van Beek scoort minder goed op de onderdelen *faciliteiten* en *aanwezigheid van groen*. Beide aspecten verhogen de verblijfskwaliteit van centra en verlengen de verblijfsduur van het bezoek. De verblijfsduur is op dit moment relatief kort. Slechts een beperkt deel van de consumenten blijft langer dan een uur (12% inwoners en 38% bezoekers).

De reden dat consumenten het centrum van Beek bezoeken is divers. *Dicht bij huis* en *kwaliteit van het winkelaanbod* zijn de meest genoemde bezoek-motieven (resp. 57% en 49%). Ook een gericht bezoek aan een *bepaalde winkel* en de bereikbaarheid per auto worden als belangrijk motief genoemd.

Oordeel consument	
Omvang winkelaanbod	7.9
Kwaliteit winkelaanbod	8.2
Sfeer en uitstraling	7.7
Veiligheid	8
Netheid (schoonmaak/onderhoud)	8.1
Faciliteiten (wc, wifi, bankjes, etc.)	6.8
Aanwezigheid van groen	5.5
Algemene kwaliteit verblijfsruimte	7.6
Parkeermogelijkheden auto	7.5
Stallingsmogelijkheden fiets	7.6
Bereikbaarheid per auto	8.1
Bereikbaarheid openbaarvervoer	6.7
Bereikbaarheid per fiets	8.5
Aanbod van horeca	7.6
Totaal oordeel	**8.1**

SEINPOST ADVIESBUREAU B.V.
Brugstraat 1A
5211 VS 's Hertogenbosch

088 - 210 02 00
info@seinpost.com
www.seinpost.com

Sanne Westerink
John Bardoel

beek
uw gemeente.

SEINPOST
ADVIESBUREAU