wiebenga
consultants

Het Hoensbroek Centrum van 2034

Nota van Uitgangspunten

Datum
18.07.2024

Inhoudsopgave

Aanleiding **3**

Ambitie **3**

Opdracht **3**

Analyse huidige situatie **5**

Sociaal demografische ontwikkelingen 5

Woningmarkt 7

Winkel- en voorzieningenaanbod 9

Openbaar gebied & mobiliteit 12

Positionering "Hoensbroek van 2034" **15**

Voor wie? Doelgroep-analyse 15

Positionering & kernwaarden Hoensbroek van 2034 17

Uitgangspunten herstructurering Hoensbroek centrum 2034 ..... **18**

Bijlage 1: overzicht geraadpleegde bronnen **24**

Aanleiding

Hoensbroek kampt met een aantal samenhangende problemen op fysiek, sociaal en economisch gebied, alsook veiligheid. Deze problemen zetten de leefbaarheid onder druk en moeten stevig worden aangepakt. Daarvoor is het nodig scherpe afwegingen te maken en concrete beslissingen te nemen over de ontwikkelingsrichting van Hoensbroek centrum en uitvoeringsmaatregelen die daaraan bijdragen.

De gemeente Heerlen wil nu verder doorpakken en het centrum weer toekomstbestendig maken op basis van een breed gedragen ontwikkelingsperspectief en een uitvoeringsprogramma bestaande uit een totaalpakket van ingrepen en maatregelen. Thema's daarvoor zijn onder meer het terugdringen van de winkelleegstand, toevoegen van woningen in het centrum door transformatie/herontwikkeling of sloop-nieuwbouw en het ontwikkelen van een adequate mix van voorzieningen.

> Het centrum moet weer de Huiskamer van Hoensbroek worden waar de inwoners prettig wonen en in een mooie omgeving, elkaar kunnen ontmoeten en hun inkopen kunnen doen

Kortom, het creëren van een levendig, compact en compleet centrum.

Ambitie

De gemeente heeft de ambitie uitgesproken om het centrum te transformeren naar een vitaal en levendig gebied met een aantrekkelijke en robuuste mix van woningen en voorzieningen voor inwoners, ondernemers en bezoekers. Dit moet de attractiviteit, relevantie en toekomstbestendigheid van Hoensbroek centrum versterken.

Opdracht

In de bestuurlijk goedgekeurde "Startnotitie Aanpak Hoensbroek Centrum" zijn drie perspectieven geduid waarlangs de gemeente haar ambitie voor Hoensbroek centrum wenst te realiseren, te weten:

- Economisch perspectief;
- Maatschappelijk perspectief;
- Ruimtelijk perspectief.

Uw vraag aan ons is het opstellen van een breed gedragen Nota van Uitgangspunten (hierna de Nota genoemd) met uitgangspunten die het vertrekpunt vormen voor het uitvoeringsprogramma en de ontwikkelstrategie voor de daadwerkelijke aanpak van het centrum. De uitgangspunten zijn gekoppeld aan een korte, middellange en lange termijnplanning.

De Nota van Uitgangspunten – inhoud & opbouw

De Nota dient onderbouwde uitgangspunten te bevatten die als vertrekpunt dienen om de samenhangende problematiek op te lossen.

Om te komen tot een gedegen onderbouwing van de uitgangspunten is de Nota als volgt opgebouwd.

De analyse van de huidige situatie

Gelet op de samenhang van de verschillende problematieken wordt de huidige situatie breed geanalyseerd op de volgende thema's:

- Sociaal-demografische ontwikkelingen;
- De woningmarkt;
- Winkel- en voorzieningenniveau;
- Openbaar gebied & mobiliteit.

Per thema wordt de huidige situatie voor het *centrum* van Hoensbroek kwalitatief en kwantitatief in beeld gebracht.

De analyse is gebaseerd op beleidsdocumenten, onderzoeken van derden, 1:1 gesprekken met ondernemers, woningcorporaties en vastgoedeigenaren, de bewonersbijeenkomst op 16 mei jl. en eigen bevindingen tijdens meerdere bezoeken aan het centrum en aanpalend gebied. Zo is een gedegen beeld ontstaan van huidige situatie.

Positionering Hoensbroek 2034

Het doel van positionering is om Hoensbroek uniek en onderscheidend te maken in de ogen van meerdere doelgroepen. Een goede positionering geeft antwoord op "Wat willen wij zijn voor onze doelgroepen?" en beschrijft als het ware het perspectief voor 2034. De positionering bouwt voort op de ambitie maar is concreter omdat doelgroepen en kernwaarden worden benoemd.

In deze Nota zijn de doelgroepen benoemd maar is nog geen uitgekristalliseerde positionering gedefinieerd. Wel is er een aantal kernwaarden beschreven die als leidraad dienen voor de definitieve positionering. Deze zal inhoudelijk samen met de inwoners, ondernemers en andere stakeholders worden uitgewerkt. Zo ontstaat een positionering die breed herkenbaar is en zal worden (uit-) gedragen.

Uitgangspunten herstructurering Hoensbroek centrum

De Nota geeft de uitgangspunten voor het centrumgebied van Hoensbroek zoals aangegeven op onderstaande kaart. Het centrum is uiteraard geen "eiland", dit betekent dat ook rekening wordt gehouden met ontwikkelingen in het direct aangrenzende gebied voor zover die relevant zijn voor de uitgangspunten.

Analyse huidige situatie

Het is van wezenlijk belang een goed en compleet beeld te hebben van de huidige situatie. Zo worden sterke- en aandachtspunten van het huidige centrum duidelijk en kunnen bedreigingen maar zeker ook kansen worden benoemd die bijdragen aan het realiseren van de gestelde ambitie.

De huidige analyse is breed van opzet en omvat de volgende thema's:

- Sociaal demografische ontwikkelingen;
- Analyse woningvoorraad en -markt;
- Winkel- en voorzieningenaanbod;
- Openbare gebied & mobiliteit.

Hierna zijn de resultaten van de analyse per thema beknopt beschreven. De data komen voort uit de CBS-database. De afbakening van het centrum is gebaseerd op de afbakening die het CBS hanteert. In bijlage 1 is een overzicht van de gehanteerde bronnen opgesteld die voor de analyse van de huidige situatie zijn gebruikt.

Aanduiding Hoensbroek-Centrum

Sociaal demografische ontwikkelingen

De belangrijkste feiten van de sociaal demografische ontwikkelingen zijn hierna beknopt samengevat.

- Hoensbroek telt momenteel ca. 18.400 inwoners waarvan er ca. 3.445 in het centrum wonen. In Hoensbroek-Centrum is het aandeel eenpersoonshuishoudens beduidend hoger dan gemiddeld in Hoensbroek. Dit past bij het algehele Nederlandse beeld dat voornamelijk 1- en 2- persoonshuishoudens in centrumgebieden wonen.

Hoensbroek	Aantal 2023
Inwoners	18415
Huishoudens	9530
Gemiddelde huishoudensgrootte	1,9
Eenpersoonshuishoudens	44%
Meerpersoonshuishoudens	56%

Hoensbroek-Centrum	Aantal 2023
Inwoners	3445
Huishoudens	2005
Gemiddelde huishoudensgrootte	1,6
Eenpersoonshuishoudens	58%
Meerpersoonshuishoudens zonder kinderen	23%
Meerpersoonshuishoudens met kinderen	24%

- De bevolking is sterk vergrijsd. In Hoensbroek is ca. 24% 65 jaar of ouder, in het centrum is ongeveer 1 op de 5 mensen ouder dan 65 jaar en zo'n 2 op de 5 mensen is tussen de 40 en 65 jaar oud (Hoensbroek: ± 30%). Dit zijn de ouderen van de toekomst waarmee deze groep blijft groeien.

- Zowel in Hoensbroek als totaal als in het centrum is er een relatief klein aandeel jongeren in de leeftijd 15-25 jaar (10%) en is hiermee de kleinste groep van de totale bevolking. Naar de toekomst kan dit leiden tot verdere ontgroening van de bevolking waardoor de vitaliteit en levendigheid van o.a. het centrum onder druk komt te staan.
- De netto arbeidsparticipatie in Hoensbroek ligt met 50%, zo'n 19% lager dan het nationaal met 69%. Slechts de helft van de beroepsbevolking in Hoensbroek werkt daadwerkelijk.
- Een behoorlijk aandeel inwoners van Hoensbroek heeft een laag opleidingsniveau. Ongeveer 40% van inwoners is laag opgeleid. Een lager opleidingsniveau kan leiden tot minder kansen op de arbeidsmarkt, lagere lonen, minder mogelijkheden om door te groeien naar beter betaalde banen en een lager dan gemiddeld ervaren gezondheid. Het kan een vicieuze cirkel van armoede en lage arbeidsparticipatie versterken.
- Het gemiddeld bruto inkomen per inwoner in Hoensbroek bedraagt ca. € 24.800, in het centrum ligt dit nog iets lager met € 22.500 (2023) vergeleken met het gemiddelde nationaal van € 50.000, ligt het gemiddelde in Hoensbroek (centrum) aanzienlijk lager. Het modaal inkomen in Nederland in 2024 was € 44.000.
- In Hoensbroek heeft 68% Nederland als herkomstland. Daarnaast is 16% (551 inwoners) met een Europese herkomst en 16% hebben hun herkomst buiten Europa. Voor het centrum gelden vrijwel dezelfde getallen. De aanwezigheid van 32% van de bevolking met een niet-Nederlandse herkomst betekent een diverse gemeenschap. Het is belangrijk om integratieprogramma's te hebben om sociale cohesie te bevorderen. Als de komst van niet-Nederlandse herkomst aanhoudt, kan het percentage inwoners met een niet-Nederlandse herkomst toenemen.

Aanbevelingen sociaal-demografische ontwikkelingen

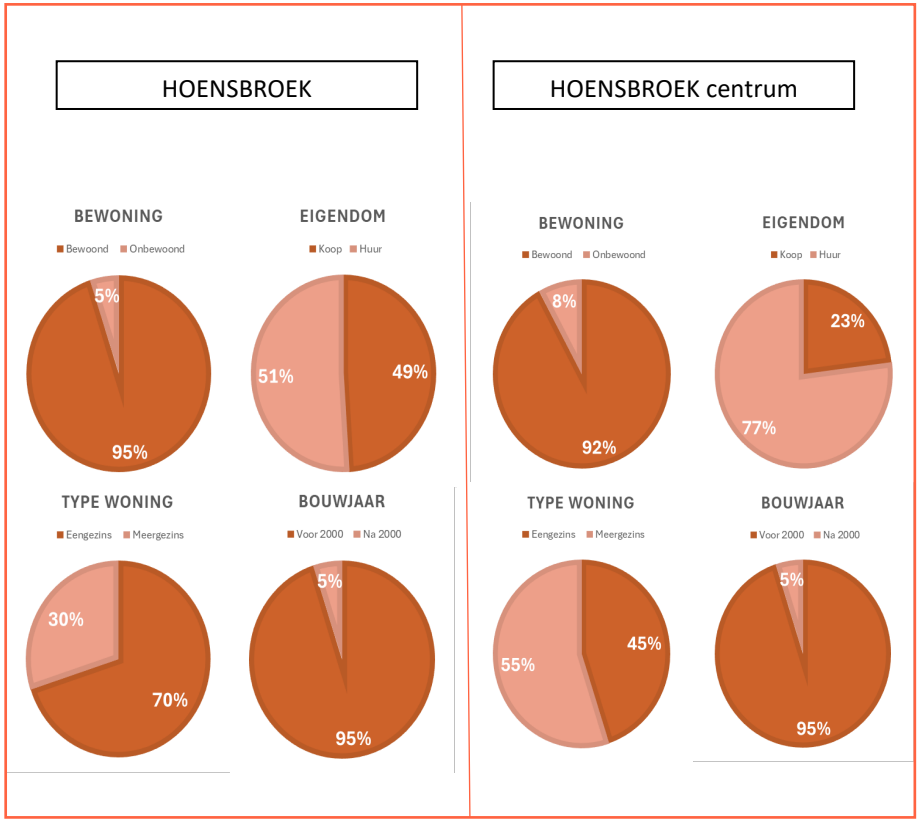
Er is momenteel sprake van een beperkt aandeel jongeren tussen de 15 en 25 jaar (± 10%) in Hoensbroek. Dit betekent impliciet ook dat het aandeel 20-25 jarigen laag is en juist deze groep draagt bij aan de levendigheid in het straatbeeld, het verenigingsleven en de economische levensvatbaarheid van de voorzieningen. Het is derhalve cruciaal dat meer jonge mensen van m.n. 20-25 jaar van buitenaf worden aangetrokken om in Hoensbroek centrum te gaan wonen. Bij voorkeur met een goed opleidingsniveau en dito inkomen zodat het voorzieningenniveau in het centrum economisch vitaal blijft. De groep 25-45 jaar is met 23% de op één na grootste groep inwoners. Het is belangrijk deze groep aan Hoensbroek te blijven binden, ondermeer door een geschikt woningaanbod. In het algemeen in Nederland is de groep 25-35 jarigen goed vertegenwoordigd in centrumgebieden. Dit is dus ook voor Hoensbroek een belangrijke groep wanneer wordt gekeken naar "wie wil er in het centrum wonen?". Zij wonen in het algemeen in een comfortabel en ruim appartement in het midden en hoger prijssegment.

De combinatie "laag opleidingsniveau" en "lage arbeidsparticipatiegraad" wijst op aanzienlijke sociaal-economische uitdagingen in Hoensbroek. De combinatie van deze facetten leidt tot een lagere levensstandaard, minder financiële zekerheid en beperkte mogelijkheden om te investeren in onderwijs, gezondheid en huisvesting. Ook zet dit de levensvatbaarheid van een adequaat voorzieningenniveau in het centrum onder druk. Door als gemeente en regio te werken aan en te investeren in het verbeteren van onderwijs, werkgelegenheid, inkomensverbetering en gemeenschapsinitiatieven, kunnen de economische kansen en de levenskwaliteit van de inwoners verbeteren.

In het centrum komen veel mensen samen, vaak om elkaar te ontmoeten of deel te nemen aan een activiteit of om samen inkopen te doen. De verwachting is dat de komst van mensen met een niet-Nederlandse herkomst aanhoudt. Om deze mensen in de gemeenschap op te nemen en hen te betrekken in het dagelijkse leven en activiteiten wordt geadviseerd om blijvend in te zetten op integratieprogramma's die de sociale cohesie te bevorderen.

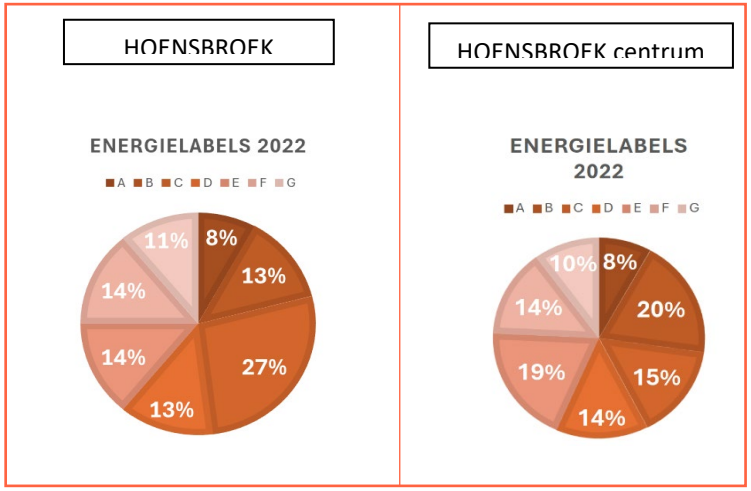
Woningmarkt

Het aandeel koopwoningen in het centrum bedraagt ca. 23%, terwijl in heel Hoensbroek dit aandeel 49% is. 76% in Hoensbroek-Centrum zijn huurwoningen, waarvan 60% in bezit van woningcorporaties. Het aandeel appartementen in Hoensbroek is met 54% relatief hoog ten opzichte van een gemiddelde van 37% in gemeente Heerlen. Het aandeel appartementen in het centrum past bij het algemene beeld van woningtypen in centra.



De totale woningvoorraad bestaat echter veelal uit gedateerde woningen (95% is van voor 2000) die niet meer worden gezien als 'moderne woning', die voldoen aan de hedendaagse functionele, technische, constructieve en milieu eisen. Daardoor zijn deze woningen moeilijk marktconform verhuurbaar of verkoopbaar. Dit kan leiden tot oplopende leegstand. Inmiddels is ca 5-8% onbewoond. Langdurige leegstand brengt risico's met zich mee, zoals verwaarlozing van panden en een negatieve invloed op de leefbaarheid van de buurt. De huidige woningvoorraad is gedateerd en voldoet niet aan de eisen van de moderne, jonge woonconsument waardoor deze niet zal kiezen voor Hoensbroek centrum als woonplek met als risico dat de huidige sterk vergrijsde bevolkingssamenstelling ook in de toekomst in het centrum woont.

De algehele woningvoorraad in Hoensbroek scoort laag op energielabels. Slechts 21% van de totale woningvoorraad in Hoensbroek heeft een energielabel A of B. In het centrum ligt dit percentage iets hoger met 28%, maar is nog altijd ondermaats. Dit hangt nauw samen met het feit dat er sprake is van een sterk gedateerde woningvoorraad.



Kenmerken woningvoorraad Hoensbroek vs Hoensbroek-Centrum, AlleCijfers Hoensbroek, bewerkt door wiebenga consultants

Woonpunt heeft het merendeel van de corporatiewoningen in Hoensbroek in haar bezit. Zij is volop bezig met nieuwbouw en renovatie. Zo komen er in Mariarade 20 nieuwbouwwoningen aan de Emmastraat waarvan 12 eengezinswoningen en 8 levensloopbestendige woningen. Ook worden hier 68 mijnwerkerswoningen gerenoveerd. In de wijk Slakhorst – direct tegen het centrum aan gelegen – is in 2023 gestart met een grootschalig herstructureringsproject bestaande uit 147 nieuwbouwwoningen waaronder gezinswoningen en seniorenwoningen.

Woningcorporatie Vincio Wonen realiseert op dit moment 24 nieuwe en zeer duurzame appartementen tussen de Aldenhofstraat en de P. Schleidenstraat. Het zijn sociale huurwoningen die bovendien levensloopbestendig zijn.

Aanbevelingen woningmarkt

De bevolking in het centrum bestaat voornamelijk uit senioren en de vergrijzingstrend zal de komende jaren doorzetten, waar naarmate senioren ouder worden dit vaker met eenzaamheid gepaard gaat. Voor deze groep dienen zogeheten "community"-woonconcepten" te worden ontwikkeld. Dit zijn woonconcepten die naast levensloopbestendige woningen (koop en huur) diverse ruimten – binnen en buiten - bieden voor gemeenschappelijke activiteiten. Denk hierbij aan gezellige middagen, samen eten, samen tuinieren of het organiseren van feestelijke activiteiten. Ook zijn er ruimten waar op vaste dagen bijvoorbeeld een fysio, diëtist of huisarts aanwezig is.

Uit de initiatieven van de woningcorporaties kan worden afgeleid dat markt is voor moderne en energiezuinige woningen in de (sociale) huurmarkt. Het is dus zaak dat de toekomstige woningvraag goed in beeld wordt gebracht en wordt afgezet tegen de huidige woningvoorraad. Het zijn met name starters, jonge 1- en 2-persoonshuishoudens en senioren die interesse hebben in woningen in het centrum. Jongeren zoeken vooral betaalbare starterswoningen en appartementen, bij voorkeur in het betaalbare koopsegment. Betaalbare koopwoningen nationaal zijn in 2024 € 400.000 (2 x modaal), de bovengrens NHG stijgt naar € 435.000.

Daarnaast kan onderzocht worden of de woningen die nu lange tijd leegstaan en niet meer worden verkocht of verhuurd kunnen worden, kunnen worden gesloopt ten behoeve van nieuwbouw of dat zij middels subsidies o.a. op het gebied van duurzaamheid kunnen worden aangepakt en daarmee weer voldoen aan de hedendaagse en toekomstige eisen. In een vervolgstap dienen deze leegstaande panden en eigenaren in beeld te worden gebracht.

In en rondom het centrum is een aantal zogeheten "probleempanden" gelegen. Deze panden zijn veelal opgesplitst in kleine woonunits waarvan de bewoners veel overlast veroorzaken. Daarnaast zijn er aantal woonzorgconcepten die kwetsbare bewoners huisvesten in combinatie met zorg verlenen,. Als samenleving hebben wij de verantwoordelijkheid om deze mensen te huisvesten. Beide trekken echter een zware wissel op de leefbaarheid en leefkwaliteit van de gebieden waar deze panden zijn gevestigd door de hoge

concentratie van woonzorgconcepten in een gebied. Deze panden en situaties moeten pro-actief worden benaderd door de gemeente, indien mogelijk in samenspraak met de eigenaren van betreffende panden.

Tot slot zijn er in Hoensbroek en in het gebied direct aangrenzend aan het centrum diverse locaties die nu in gebruik zijn voor bedrijvigheid, o.a. garagebedrijf, maar die in potentie zeer geschikt zijn voor kleinschalige inbreidingsprojecten met woningen. Het is aan te bevelen deze zogeheten “brownfields”, die vaak een dissonant vormen in het straatbeeld, in kaart te brengen en samen met de vastgoedeigenaren naar de mogelijkheden voor transformatie en/of sloop-nieuwbouw te kijken.

Stimuleren centrumwonen

Vrijkomende en leegstaande panden in het centrum kunnen ruimte bieden voor wonen. Ook verrommelde achterterreinen bieden kansen op het creëren van nieuwe woonmilieus waarbij het mes aan twee kanten snijdt, het opruimen van verrommeling en het toevoegen van unieke nieuwe woonproducten.

De populariteit aan centrumwonen neemt nog steeds toe. Vooral jongeren en senioren willen graag in centrumgebieden wonen vanwege de nabijheid van de voorzieningen. Echter, het aandeel huurwoningen in het centrum is met 77% zeer dominant. De verhouding huur/koop dient in balans te worden gebracht. Nieuwe plannen dienen een marktgerichte koop-huur mix aan te bieden. Meer bewoners in en nabij het centrumgebied biedt tevens extra draagvlak voor voorzieningen en zorgt bovendien voor reuring, leefbaarheid en (sociale) veiligheid.

Om het centrumwonen te stimuleren wordt het volgende geadviseerd:

- Ontwikkel een duidelijke strategie voor het centrum en betrek hier ook marktpartijen bij, incl. woningcorporaties. Bepaal concreet geschikte locaties voor wonen en flexibiliseer het bestemmingplan daar waar mogelijk;
- Zorg voor heldere voorwaarden (die ook bijdragen aan de positionering van Hoensbroek centrum) en de juiste informatie voor vastgoedeigenaren die overwegen hun pand te transformeren;
- Het introduceren van een subsidie om een leegstaand pand te transformeren tot woning.

Winkel- en voorzieningenaanbod

Het centrum van Hoensbroek heeft al jaren te maken met een forse winkelleegstand. Anno 2024 is de leegstand 19% (3.552 m^2 WVO) van het totaal winkelvloeroppervlak (WVO) van 18.750 m^2. Ruim boven de gemiddelde leegstand in Limburg (12,5%). Daarnaast zijn winkelruimten gehuurd door zorgpartijen waardoor die panden feitelijk bij de leegstand moeten worden opgeteld omdat ze niet als winkel meer worden gebruikt.

Op diverse plekken in het centrum staan winkelplanden leeg. De meest in het oog springende zijn echter de reeks leegstaande panden in de Kouvenderstraat en in de Hoofdstraat richting de Markt. Deze drukken een zware stempel op de algehele sfeer en de leegstand aan de Hoofdstraat nodigt bezoekers, komend vanaf de Markt, niet uit om de straat in te lopen.

Landelijk is de trend waarneembaar van een afname van fysieke winkels in het niet-dagelijkse segment, veroorzaakt door met name de sterke concurrentie van internet en het veranderend consumentengedrag. Deze trend is ook in Hoensbroek aan de orde waardoor de verwachting is dat de vraag naar niet-dagelijks aanbod eerder af- dan toeneemt. Door de verwachte afname van de bestedingen in de niet-dagelijkse sector is het aannemelijk dat het aantal winkels in dit segment in Hoensbroek de komende jaren zal afnemen. Daardoor wordt er in de toekomst gewerkt naar een totaal WVO in het centrum van ca. 12.000 m^2. Dat betekent een sanering van ± 35% WVO.

Uit het Koopstromenonderzoek Limburg 2019 van Hoensbroek Centrum blijkt het volgende:

- Van alle bestedingen aan dagelijkse artikelen, boodschappen doen in het centrum is 85% afkomstig van inwoners uit de eigen kern. Dit is met name te danken aan het sterke supermarkt-aanbod in het centrum.
- Ca. 25% van de totale detailhandelsomzet in het centrum komt van buiten Hoensbroek, van inwoners uit Schinnen, Heerlerheide, Nuth, Amstenrade en Oirsbeek.
- Voor de niet-dagelijkse artikelen is het aandeel bestedingen 65%. De koopkrachtbinding niet-dagelijkse artikelen is relatief laag, komt vooral doordat de inwoners georiënteerd zijn op winkels in het centrum van Heerlen. Zij gaan daar graag een dagje winkelen en combineren dit dan met bijvoorbeeld een horecabezoek.
- De gemiddelde verblijfsduur van de bezoekers is relatief kort. Circa 40% blijft maximaal 30 minuten in het centrum. Circa 48% verblijft tussen de 30 en 60 minuten. Deze bezoeken zijn voornamelijk voor dagelijkse aankopen.
- Bijna 60% van de bezoekers komt met de auto en ca. 30% te voet.

Supermarkten

Hoensbroek telt maar liefst zes supermarkten, waarvan vier in het centrum, en heeft daarmee een sterk en divers aanbod in de dagelijkse sector en door de focus op dagelijkse artikelen, spelen zij een cruciale rol. Uit onderzoek van BRO in 2021 blijkt dat Hoensbroek-Centrum potentie heeft als lokaal aankooppunt voor dagelijkse boodschappen en vaak benodigde niet-dagelijkse artikelen zoals bloemen en huishoudelijke producten.
Immers, voor de frequente aankopen en boodschappen hebben de inwoners een blijvende behoefte deze dicht bij huis te doen. Ondanks het afnemen van de behoefte aan niet-dagelijkse winkels zoals recreatieve en doelgerichte winkels in buurt- en wijkcentra, draagt een solide basis van supermarkten bij aan de relevantie en aantrekkelijkheid van het centrum.

Service supermarkten die een uitgebreid assortiment en extra service bieden voor keuze, gemak en comfort, hebben behoefte aan uitbreiding. Deze supermarkten trekken veel bezoekers, wat ook gunstig is voor de omliggende winkels en voorzieningen. Discountsupermarkten trekken wekelijks minder bezoekers maar hebben doorgaans een groter verzorgingsgebied. Zowel service- als discountsupermarkten zijn daarom structuurbepalend. Bij gelijkblijvende bestedingen en afname van de bevolking zal mogelijk sprake zijn van een overaanbod van circa 1.700 m^2 WVO. Dit staat gelijk aan één moderne supermarkt en meerdere speciaalzaken.

Aanbevelingen winkel- en voorzieningenaanbod

Het winkelcluster in Hoensbroek is van oudsher relatief uitgestrekt en hierbinnen is de leegstand hoog. Ondernemers profiteren slechts beperkt van elkaar. Ten behoeve van de vitaliteit, synergie-effecten en toekomstbestendigheid is het zaak om te komen tot een compacter centrumgebied met een duidelijke clustering van winkels en voorzieningen waarbij het accent meer verschuift naar de dagelijkse boodschappen en aanvullend hooguit frequent benodigde niet-dagelijkse artikelen in het verlengde van de boodschappenfunctie. Denk hierbij aan bloemen, slijterij, gemakswinkel, persoonlijke verzorging en vers-specialiteiten.

De reeks leegstaande winkelpanden aan de Kouvenderstraat en de Hoofdstraat dienen aangepakt te worden. De gemeente kan hier actief beleid op voeren door i.s.m. de vastgoedeigenaren een plan te ontwikkelen en middels subsidies de realisatie te stimuleren en de haalbaarheid te bevorderen.

De winkelconcentratie waar nu Plus, HEMA en Etos zijn gevestigd, is sterk gedateerd en de uitstraling is niet uitnodigend. Door de stedenbouwkundige positionering en de verschijningsvorm vormen zij een ondermaatse verbinding en belevingswaarde voor het Gebrookerplein. Bij het herinrichten van het Gebrookerplein moet deze winkelconcentratie worden meegenomen.

Het huidige supermarkt-aanbod dient ook in de toekomst behouden te blijven, maar het is mogelijk dat er een overmaat ontstaat. Momenteel zijn er twee AH's op steenworp van elkaar gelegen. In hoeverre dit in de toekomst houdbaar is, is de vraag. Het toevoegen van nóg een supermarkt is derhalve niet wenselijk. De voormalige Aldi-locatie heeft nog steeds een retailbestemming en is door de aanwezigheid van een parkeerterrein aantrekkelijk voor de vestiging van een supermarkt. De retailbestemming dient dan ook van deze locatie te worden gehaald.

> De relevantie van het centrum wordt niet langer uitsluitend bepaald door winkels maar door een compleet voorzieningenaanbod

De relevantie van het centrum wordt niet langer uitsluitend bepaald door winkels. Het toekomstige functioneren en de vitaliteit van het centrum wordt in toenemende mate juist bepaald door het complete voorzieningenaanbod.
Dit biedt de consument gemak: alle voorzieningen bij elkaar op één centrale plek. Denk hierbij aan sociaal-maatschappelijke functies, horeca en dienstverlening. Het centrum dient ook dé plek te worden voor cultuur. Het cultuur-aanbod dient derhalve een plek te krijgen in het centrum, ondermeer door huisvesting van verenigingen en andere cultuur-gerelateerde organisaties en activiteiten.

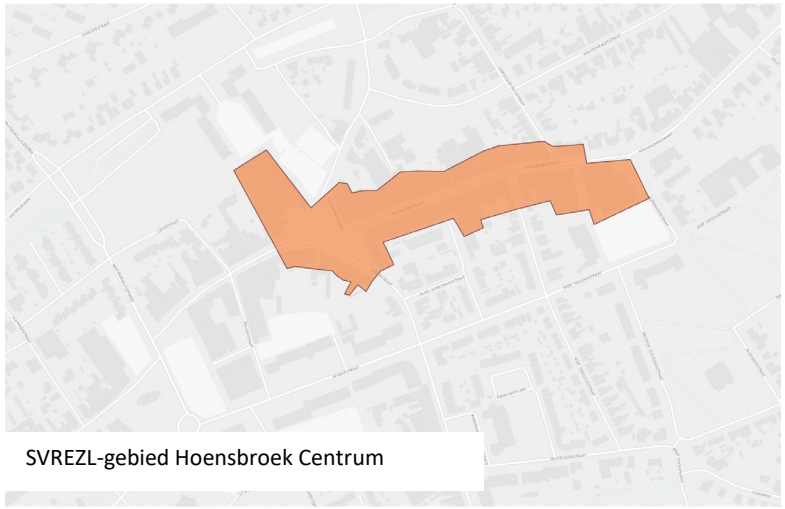
Het horeca-aanbod is relatief beperkt, mede geconstateerd o.b.v. een benchmark-onderzoek. Er is voldoende perspectief om het horeca-aanbod uit te breiden, met name op het gebied van fast service horeca en lunchrooms. Met name de Markt en het Gebrookerplein zijn interessante plekken voor horeca met terrassen. Dit versterkt ook de rol van het centrum als "Huiskamer van Hoensbroek".

	Hoensbroek (18.565 inwoners)		Heerlen (87.086)		Limburg (1.115.895 inwoners)	
	Aantal	Per 10.000 inw.	Aantal	Per 10.000 inw.	Aantal	Per 10.000 inw.
Fast Service	19	10	128	15	1.295	12
Restaurants	13	7	71	8	1.244	11
Drankverstrekkers	8	4	57	7	851	7
	40	21	256	30	3.390	30

Tabel benchmark, bron: BRO Marktverkenning winkelcluster Hoensbroek, 2021.

Afbakening compact centrumgebied

In de Structuurvisie Ruimtelijke Economie Zuid-Limburg (SVREZL) is beleidsmatig per kern het winkelgebied aangewezen. Momenteel bestrijkt de SVREZL-afbakening in Hoensbroek centrum grofweg de hele Kouvenderstraat van Plus t/m Albert Heijn. Juist richting de AH zien we een oplopende leegstand die niet langer meer wordt ingevuld met de winkelfunctie. Indien er een beleidsmatige keuze wordt gemaakt inzake de situering van de winkelconcentratie, kan de huidige de SVREZL-afbakening wellicht tegen het licht worden gehouden van huidige en vooral toekomstige winkelperspectieven voor het centrum.



SVREZL-gebied Hoensbroek Centrum

Het is belangrijk dat het mogelijk herijken van de SVREZL-afbakening in nauw overleg met ondernemers en vastgoedeigenaren wordt onderzocht en hen perspectief te bieden om het vastgoed anders in te vullen. Als de winkelfunctie eraf moet, moet er iets anders voor in de plaats kunnen komen. De vrijkomende en leegstaande winkelpanden buiten het huidige centrumgebied dienen te worden getransformeerd naar niet-winkelfunctie. Om te voorkomen dat er alsnog een winkel wordt gevestigd, dient de retailbestemming van het pand te worden gehaald.

Verplaatsings- en transformatieplan

Onze aanbeveling is om enerzijds in samenwerking met ondernemers en vastgoedeigenaren een plan van aanpak op te stellen voor een verplaatsings- en transformatieplan. Daarnaast kan een subsidieregeling, denk hierbij aan de Impulsaanpak Winkelgebieden of Woningbouwimpuls, bijdragen als extra stimulans om verplaatsingen of transformatie op gang te brengen. De effectiviteit van dit beleid kan worden versterkt in combinatie met een “rode loper”-beleid. Dit betekent dat de gemeente op actieve wijze meewerkt aan initiatieven. Zo kan een integraal team dat ervoor zorgt dat vergunningsprocedures versneld kunnen worden doorlopen, hier een grote bijdrage aan leveren.

Openbaar gebied & mobiliteit

In het centrum is er redelijk veel groen aan bomen, struiken en planten aanwezig. Op de Markt valt het groen weg door de geparkeerde auto’s en geeft het plein een stenige uitstraling. Ook het Gebrookerplein heeft een stenige uitstraling ondanks het groen. De bestrating in het centrum ziet er in het algemeen netjes uit en draagt positief bij aan de uitstraling. De supermarkten aan de randen van het centrum zien er goed onderhouden en aantrekkelijk uit. Als dit doorgetrokken wordt naar de rest van het centrum, kan het aanzien van het gebied aanzienlijk verbeteren. In het centrum staan ook periodiek bankjes, echter het aantal is nog te beperkt. Het Aldenhofpark, met speeltoestellen, is een groen gebied waar jong en oud gebruik van maken om te wandelen, te ontspannen en te spelen.

In Hoensbroek hebben diverse factoren echter negatieve effecten op de beleving van het openbaar gebied, zoals verloedering van leegstaande panden, overvolle vuilnisbakken, grafitti, gevels en plinten van de panden zien er vaak rommelig en slecht onderhouden uit.

Ook is de druk op het centrum en omliggend gebied door verwarde personen op straat merkbaar bij ondernemers en bewoners. In en om het centrum wonen – al dan niet in combinatie met zorg (bijvoorbeeld beschermd wonen) – veel kwetsbare personen (bijvoorbeeld als gevolg van een verslaving, ziektebeeld of justitieel verleden) in woonzorgconstructies of woningen die zijn opgedeeld in kamers.

Het gevolg is een gevoel van onveiligheid en verminderde leefbaarheid waardoor bezoekers niet graag lang in het centrum verblijven en heeft weer een negatief effect op de economische vitaliteit.

Ook in direct aangrenzende de woonwijken ziet het er vaak verwaarloosd uit. Woningen en tuinen worden niet goed onderhouden, waardoor het geheel een slordige indruk maakt. Dit is jammer aangezien de gevels van oorsprong een authentieke uitstraling aan de straat geven. Er zijn her en der renovaties en nieuwbouwprojecten, vooral uitgevoerd door grotere organisaties en instanties.

Kouvenderstraat

De Kouvenderstraat is een zeer dominante straat in het centrum. Het is dé verbinding tussen de AH en het Gebrookerplein. Ofschoon de totale lengte van de straat slechts ca. 200 m bedraagt, wordt deze afstand toch als “ver” ervaren. De leegstand en de verloederde aanblik van diverse naast elkaar gelegen panden zorgt voor een onprettige sfeer waardoor de bezoeker er graag snel doorheen wil lopen. Een ontwikkelaar heeft de vm. Aldi-locatie aangekocht en een woningbouwplan voor de plek gemaakt. Dit initiatief past binnen de filosofie van verdichten van de woonfunctie in het centrum.

Gebrookerplein

Op het Gebrookerplein heeft enige vergroening plaatsgevonden, maar in relatie tot de omvang van het plein is het nog onvoldoende en overheerst het gevoel van een stenig plein dat daardoor in zekere zin als te groot wordt ervaren. De gevels van de winkelconcentratie zijn gedateerd en zouden een cosmetische upgrade moeten krijgen. Ook het terras dient zowel in omvang als in kwaliteit een sprong voorwaarts te maken. Momenteel liggen er schetsen voor met voorstellen om het plein verder te vergroenen. Deze plannen worden in samenspraak met de inwoners verder uitgewerkt.

Hoofdstraat

In de Hoofdstraat, tussen het Gebrookerplein en de Markt, ligt een aantal mooie en markante historische panden. De algehele uitstraling van de straat is voldoende, er staan voldoende bomen en de trottoirs zijn breed genoeg. Het feit dat er wordt geparkeerd is niet storend. Richting de Markt staat een aantal naast elkaar gelegen panden al geruime tijd leeg.
Dit heeft een negatief effect op de belevingswaarde van dat deel van de straat, dat juist de verbinding maakt met de Markt.

De Markt

De Markt is een groot stenig plein met in beperkte mate groen en heeft voornamelijk een parkeerfunctie. De aanblik wordt danook gedomineerd door geparkeerde auto’s. De terrassen liggen daardoor enigszins verscholen en de gesloten wand van het amusementscenter drukt een zware stempel op de uitstraling van dat deel van de gevelwand.

Mobiliteit

Mobiliteit heeft betrekking op bereikbaarheid en parkeren/stallen van de verschillende vervoersmodaliteiten. Goede multimodale bereikbaarheid en adequate parkeerfaciliteiten zijn van groot belang voor de economische vitaliteit van Hoensbroek centrum.

Op dit moment zijn er geen actuele data aangaande verkeersstromen en parkeerdruk met betrekking tot het centrum voorhanden en kunnen derhalve geen objectieve conclusies worden getrokken. Om toch een beeld te kunnen schetsen over mobiliteit is gebruik gemaakt van input van de gemeente Heerlen.

Bereikbaarheid
In het algemeen kan worden gesteld dat Heerlen eigenlijk geen bereikbaarheidsproblemen kent. Er is verkeerskundig gezien dan ook geen aanleiding voor een aanpassing van het netwerk. Dat geldt ook voor de bereikbaarheid in en van de wijken en stadsdelen zoals Hoenbroek.

Naast verkeerskundige argumenten kunnen ook nieuwe ontwikkelingen aanleiding geven tot aanpassingen aan het netwerk. Dit dient altijd in samenhang met de ontwikkeling te worden bekeken.

Het is wel zo dat de gemeente de verkeersveiligheid in Heerlen wil gaan verbeteren. Hiertoe is een nieuw verkeersveiligheidsplan opgesteld.
In dit plan zijn de veiligheidsrisico’s in beeld gebracht, worden oplossingsmaatregelen genoemd en is een overzicht van de aan te passen wegen opgenomen met prioritering.

Een aantal van deze wegen liggen in Hoensbroek (o.a. Mgr. Hanssenlaan, Kasteel Hoensbroeklaan, Akerstraat-Noord, Kouvenderstraat, Heerlerweg, Klinkertstraat, Prof. Eijkmanlaan, Gravin van Schönbornlaan, Juliana-Bernhardlaan).

De hoogst geprioriteerde weg in Hoensbroek, de Mgr. Hanssenlaan, staat op nummer 21. Uitvoering is nog niet concreet en staat gepland ergens na 2028. Het verkeersveiligheidsplan biedt tevens de randvoorwaarden voor de inrichting van wegen in geval van onderhoudswerkzaamheden (en evt. in geval van nieuwe ontwikkelingen).

Parkeren

De informatie aangaande parkeren is afkomstig uit het Uitvoeringsprogramma mobiliteit 2024. Onderdeel van de nieuwe parkeeraanpak is een parkeerinventarisatie van een 21-tal buurten/wijken/stadsdelen. Het deel Hoensbroek-Centrum valt onder het gebied Hoensbroek-De Dem. Hiervan is geconcludeerd dat er over het hele gebied gezien geen sprake is van parkeerknelpunten en dat het dan ook niet voorkomt in de top 10 van probleemgebieden. Dit wil overigens niet zeggen dat er lokaal gezien geen aandachtspunten aanwezig zijn. Het is wel zo dat er nu verkeerskundig geen aanleiding is om in te grijpen.

Ook hier geldt: nieuwe ontwikkelingen kunnen aanleiding geven tot wijzigen/optimaliseren van de parkeersituatie.

Aanbevelingen openbaar gebied

De algehele indruk van het centrum is positief, de bestrating is netjes en er is in principe voldoende groen.

Voor een goede belevingswaarde van het openbare gebied, dient de basis op orde te zijn. Dit betekent dat het gebied schoon, heel en veilig is. Het groenonderhoud en het leegmaken van de vuilnisbakken zijn belangrijke beheer- en onderhoudswerkzaamheden die wellicht kunnen worden geïntensiveerd. De inrichting en het beheer van de openbare ruimte dient ook in het licht te worden gezien van de ambitie om het aantal dagrecreanten en verblijfstoeristen te vergroten.

Verloederde en slecht onderhouden gevels, m.n. in de Kouvenderstraat en in de Hoofdstraat nabij de Markt dienen aangepakt te worden door eigenaren hiervoor verantwoordelijk te stellen. De gemeente kan hier ook een actieve rol in nemen door kleinschalig opkopen van woningen/panden in het centrumgebied als de aankoop bijdraagt aan het versterken van de ruimtelijke inrichting cq. uitstraling.

De uitstraling en inrichting van de Markt en het Gebrookerplein verdienen aandacht. Zo zou er meer groen kunnen worden aangebracht, waarbij rekening moet worden gehouden met de jaarlijkse evenementen die op de pleinen plaatsvinden en de parkeerfunctie van de Markt.

Positionering “Hoensbroek van 2034”

Aan de positionering ligt de basale vraag ten grondslag: ”Wat wil Hoensbroek Centrum in 2034 voor wie zijn?”. De positionering is als het ware het perspectief waar we met z’n allen naartoe willen werken. Hiervoor is een tijdshorizon van 10 jaar gehanteerd. Enerzijds omdat deze relatief goed te overzien is en anderzijds omdat bepaalde maatregelen en projecten een lange doorlooptijd kennen en consistent beleid om deze daadwerkelijk te realiseren cruciaal is. De positionering bouwt voort op de ambitie maar is concreter omdat doelgroepen en de kernwaarden worden benoemd. Deze zijn hierna uitgewerkt.

Voor wie? Doelgroep-analyse

Bij het bepalen van de doelgroep(en) staat de vraag centraal “Voor *wie* wil Hoensbroek wat zijn?”. Hiervoor is dankbaar gebruik gemaakt van uitspraken en adviezen van inwoners en ondernemers.

De Hoenbroekenaren zijn trots op hun Hoensbroek en het centrum. Zij komen er graag en doen daar hun inkopen, de hoge koopkrachtbinding van 80% bevestigt dit. Ook uit de gesprekken met de ondernemers komt duidelijk naar voren dat zij vooral de Hoensbroekenaren als klant hebben en die ook graag willen behouden door een passende voorzieningenmix te bieden zodat het centrum aantrekkelijk en relevant blijft voor de inwoners.

Een bezoek aan het centrum omvat vaak meer dan enkel inkopen doen. Het voorziet in de behoefte van jong en oud om er samen te komen, om elkaar te ontmoeten. Gewoon op een bankje, op een speelplek, een terras of deel te nemen aan culturele activiteiten in de Bibliotheek Schunck. Cultuur is een belangrijke identiteitsdrager voor steden en centra, ook voor Hoensbroek. Met een inhoudelijk goed cultuuraanbod kan de identiteit en positionering van Hoensbroek inhoudelijk kracht bij worden gezet. Een breed cultureel aanbod maakt het bovendien nóg interessanter om het centrum te bezoeken. Niet alleen voor de Hoensbroekenaren maar ook voor mensen uit de directe regio. Evenementen zoals de kermis en de jaarlijkse braderie trekken de Hoensbroekenaren in grote getalen naar het centrum.

Een eveneens belangrijke groep, zijn de Hoensbroekenaren die in het centrum wonen. De behoefte om te wonen nabij de voorzieningen in het centrum van Hoensbroek blijft ook in de toekomst aanwezig onder deze doelgroepen.

Kortom, het centrum is een cruciale plek van en voor de Hoensbroekenaren waar zij graag wonen en komen met diverse bezoekmotieven.

De primaire doelgroep voor het centrum zijn
alle inwoners van Hoensbroek jong en oud die er boodschappen doen, winkelen, genieten van cultuur, elkaar ontmoeten en er wonen.

Foto’s uit Stadsdeelvisie Hoensbroek

Braderie 2024, foto: Dennis Jaspar

Kinderactiviteit Schunck, foto website Schunck

Kasteel Hoensbroek

Op een steenworp afstand van het centrum ligt het prachtige Kasteel Hoensbroek dat voor veel doeleinden wordt gebruikt. Er is vrijwel geen combinatiebezoek van bezoekers tussen het kasteel en het centrum. Hierin dient fors te worden geïnvesteerd door fysieke ingrepen die het bezoek aan het centrum stimuleren. Ondermeer door een prettige en uitnodigende verbinding tussen kasteel en centrum te creëren. Daarnaast dient in de positionering van Hoensbroek het combinatiebezoek "Kasteel-centrum" sterk naar voren te komen.

Uitroepen Kasteel Hoensbroek tot Allermooiste Kasteel van Nederland. Foto: site kasteel Hoensbroek

De Parkstadroute

Momenteel wordt de Parkstadroute aangelegd en raakt aan het centrum, ergo vanaf de route is er, ter hoogte van de Plus, een mooie zichtrelatie met het centrum. In de toekomst moeten de sportieve recreanten worden verleid om even een pauze te nemen in het centrum.

Aanleg Parkstadroute Hoensbroek, foto: Sjoerd Laanstra

Pareltjes in het centrum

Tot slot heeft het centrum mooie historische plekjes vaak omgeven met eveneens een historische bebouwing die een bezoek absoluut waard zijn. Panden in de Hoofdstraat en de St. Janskerk zijn voorbeelden van pareltjes en hebben een hoge intrinsieke waarde die bezoekers en toeristen zeker zullen aanspreken en aanleiding zijn voor een bezoek aan het centrum. Met name voor de horeca is het belangrijk deze bezoekers het centrum aandoen.

De secundaire doelgroep voor het centrum zijn bezoekers van het Kasteel en (fiets-)toeristen uit de regio

Positionering & kernwaarden Hoensbroek van 2034

Het doel van positionering is om Hoensbroek uniek en onderscheidend te maken in de ogen van de doelgroep(en) en daarmee een helder beeld te schetsen van de kwaliteiten en kansen bij de beoogde doelgroepen. Een goede positionering geeft antwoord op “Wat willen wij zijn voor onze inwoners en bezoekers?” en beschrijft als het ware het wenkend perspectief voor 2034.

Nu de primaire en secundaire doelgroepen zijn benoemd en hun behoeften globaal inzichtelijk zijn, kan een eerste aanzet worden gedaan voor de positionering van het merk “*Hoensbroek van 2034*”,

Deze aanzet is nadrukkelijk nog geen uitgewerkte positionering die kan worden gebruikt voor een marketingcampagne. De positionering en kernwaarden zullen in een vervolgfase samen met inwoners, ondernemers en mogelijk andere stakeholders aangescherpt worden tot een “merkverhaal”. Het merkverhaal omschrijft het Hoensbroek van 2034 met heldere kernwaarden en een duidelijke propositie die het onderscheidend vermogen van Hoensbroek krachtig vertelt.

Het wordt een positionering en merkverhaal dat wordt omarmd en derhalve ook als “hun” verhaal wordt beleefd. Inwoners en andere stakeholders worden daarmee ambassadeurs van het merk *“Hoensbroek van 2034”.*

Uiteraard vormt “Òs Gebrook” een belangrijke basis voor de positionering van het nieuwe merk “*Hoensbroek van 2034*”.

Het is een krachtige en door de inwoners gedragen “slogan” die wellicht met een modern jasje kan worden omkleed.

Òs Gebrook
mijn Hoensbroek

Kernwaarden

Hierna is een aantal kernwaarden opgesomd die enerzijds voortkomen uit gesprekken met bewoners, ondernemers, woningcorporaties en anderzijds zijn benoemd in beleidsstukken en studies. Deze informatie is vervolgens door Wiebenga samengevat in onderstaande opsomming. De kernwaarden zijn nadrukkelijk niet uitputtend, maar vormen een leidraad voor de verdere uitwerking van de positionering en het nieuwe merkverhaal dat “*Hoensbroek 2034”* beschrijft.

De positionering en merkverhaal bevatten in elk geval de volgende kernwaarden:

- De inwoners zijn trots op Hoensbroek;
- Het centrum is de Huiskamer van Hoensbroek met een vitaal kloppend hart;
- De basis is op orde. Het centrum is schoon, heel en veilig;
- Er is een veilig en goed functionerend publiek domein dat een belangrijke rol speelt voor onderlinge ontmoetingen en een sterke gemeenschapszin;
- De algehele brede welvaart is goed, niemand wordt uitgesloten en iedereen kan deelnemen aan de samenleving;
- Een hoogwaardige kwaliteit en klimaatadaptieve inrichting van de openbare ruimte waar het aangenaam verblijven is en de verborgen kwaliteiten beter worden benut;
- In het centrum zijn voldoende en kwalitatief goede plekken en faciliteiten om elkaar te ontmoeten. Van zitbankjes tot beweegplekken;
- Het centrum biedt een hoog woon- en leefgenot door een gezonde lokale woningmarkt met aanvullende woonproducten op de huidige voorraad;
- Er is een goed ondernemersklimaat waar zowel ketens als lokale ondernemers een goede winkel kunnen draaien;
- Behouden en versterken dagelijks aanbod, m.n. behoud supermarkten;
- Er is sprake van een adequaat voorzieningenaanbod bestaande uit een mix van winkels, horeca, maatschappelijke en culturele voorzieningen die relevant is voor de inwoners en regionale bezoekers / toeristen. De mix zorgt ervoor dat de bezoeker op meerdere momenten van de week in het centrum in zijn behoeften kan voorzien waardoor de levendigheid en economische vitaliteit zal toenemen;

- Cultuur is een belangrijke identiteitsdrager en is goed vertegenwoordigd in het centrum, zowel programmatisch als fysiek.

Uitgangspunten herstructurering Hoensbroek centrum 2034

In de bestuurlijk goedgekeurde "Startnotitie Aanpak Hoensbroek Centrum" zijn drie perspectieven geduid waarlangs de gemeente haar ambitie voor Hoensbroek centrum wenst te realiseren, te weten:

- Economisch;
- Maatschappelijk;
- Ruimtelijk.

Per perspectief zijn de uitgangspunten geformuleerd om de ambitie van de Huiskamer van Hoensbroek 2034 te kunnen realiseren. De uitgangspunten leiden tot acties die kunnen variëren van het uitvoeren van onderzoeken, gesprekken met stakeholders of fysieke interventies in het openbaar gebied. Per actie is aangegeven of deze op de korte termijn (≤ 1 jaar), middellange (≤ 5 jaar) of lange termijn (≥ 5 jaar) kunnen worden opgestart en uitgevoerd. Zo kan bijvoorbeeld een onderzoek al snel worden opgestart en uitgevoerd maar vergt bijvoorbeeld de planvorming en uitvoering van de vergroening van het centrum meer tijd.

Vanuit de resultaten van de onderzoeken en plannen kunnen in een volgende fase concrete maatregelen en/of projecten worden geïdentificeerd. Deze kunnen vervolgens in een integrale ontwikkelvisie en uitvoeringsprogramma worden getoetst op functionele, ruimtelijke en financiële haalbaarheid.

Participatie én communicatie

De herstructurering van het centrum raakt vele aspecten, van openbare ruimte, wonen, winkelen tot mobiliteit en duurzaamheid. Om de herstructurering te kunnen laten slagen, is het van essentieel belang dat de interventies kunnen rekenen op draagvlak van diverse stakeholders zoals de inwoners, de ondernemers, woningcorporatie en culturele en maatschappelijke organisaties. Participatie dient zorgvuldig uitgevoerd te worden. Per thema / onderwerp zal een heldere afweging moeten worden gemaakt wie, wanneer en over welk onderwerp kan meepraten en in welke vorm (plenair, werkatelier, presentaties).

Het is van groot belang dat er vanuit de gemeente helder wordt gecommuniceerd over ontwikkelingen, participatie en planning. Door heldere communicatie blijft de betrokkenheid groot, worden onnodige negatieve sentimenten voorkomen en verloopt het herstructureringsproces beter. Binnen de gemeente dient er één aanspreekpunt te zijn waar de stakeholders met hun vragen terecht kunnen.

Dan zijn er de drie uitgangspunten economie, maatschappelijk en ruimtelijk. Deze zijn hierna kort toegelicht.

Economische uitgangspunten

De economische uitgangspunten hebben betrekking op de vitaliteit en toekomstbestendigheid van het centrum. Het gaat hierbij ondermeer over het realiseren van een goed ondernemersklimaat zodat ondernemers een goede boterham kunnen verdienen. Tegelijkertijd is het belangrijk dat het totale aanbod in het centrum toekomstbestendig en relevant is voor de bezoekers. Dit betekent dat er een goede functiemix moet worden geboden. Dit kan door nieuwe ondernemers aan te trekken en meer te bieden dan enkel winkels. Vooral het aanbieden van een breed – en voor iedereen toegankelijk en aantrekkelijk – cultureel programma is hierbij essentieel. Hierbij is ons streven om in overleg verenigingen en cultuur-gerelateerde organisaties te huisvesten in het centrum.. Door de breedte van het aanbod worden meer mensen verleidt het centrum (vaker) te bezoeken. Ook evenementen spelen een belangrijke rol voor de economische vitaliteit van het centrum. De bezoekers zullen immers ook geld spenderen bij de lokale ondernemers en in de horeca. De kermis en de Braderie zijn hier goede voorbeelden van.

Eveneens belangrijk voor de economische vitaliteit en levendigheid van het centrum is het behouden van de huidige bewoners en het aantrekken van nieuwe inwoners m.n. jongeren. Derhalve is bij de economische uitgangspunten ook het thema "centrumwonen" is opgenomen.

Maatschappelijke uitgangspunten

Maatschappelijke uitgangspunten hebben betrekking op het realiseren van Brede Welvaart voor alle inwoners van Hoensbroek. Het centrum, de Huiskamer, vervult hier een centrale rol in. Aspecten zoals eenzaamheid (oud en jong), gemeenschapszin, ontmoeten, veiligheid, medische en psychische hulp, maatschappelijke ondersteuning, opleidingsprogramma's en andere zaken die het welzijn van de inwoners positief beïnvloeden dienen op een of andere manier in het centrum aangeboden te worden. Het palet aan maatregelen en programma's is uiteraard veel breder en complexer dan in deze Nota geschetst. Zo lopen er bijv. reeds diverse programma's en initiatieven om de veiligheid beter te borgen.

Het uitvoerig en gedegen invullen van de maatschappelijke uitgangspunten vereist echter specialistische kennis van de verschillende instanties en betreffende disciplines binnen de gemeente Heerlen. In het vervolgtraject zullen organisaties en gemeente samen de maatschappelijke uitgangspunten uitbreiden, aanscherpen en vertalen in concrete maatregelen en programma's. Belangrijk is dat woonzorgconcepten voor kwetsbare personen in en om het centrum op termijn moeten worden afgeschaald. Doel is om zo de balans te herstellen tussen de benodigde zorg voor en huisvesting van kwetsbare personen en gehele draagkracht van de omgeving. Dit vraagt een aanpak waarbij we met oog voor de huidige situatie voor omwonenden verplaatsing van deze mensen realiseren door alternatieven te realiseren die onze wettelijke taken op het vlak van beschermd wonen en maatschappelijke opvang niet verder onder druk laten komen. Daarnaast werken wij reeds aan maatregelen om ook de grip op (locaties voor) woonzorgconcepten voor kwetsbare inwoners die niet onder de gemeentelijke verantwoordelijkheid vallen, te versterken. Dit vraagt een gedegen en afgewogen aanpak met bijbehorend plan. Dit voert voor deze Nota te ver en is derhalve op hoofdlijnen weergegeven.

Ruimtelijke uitgangspunten

De ruimtelijke uitgangspunten hebben betrekking op de zogeheten "hardware": het openbare gebied, het vastgoed, ruimtelijke situering van functies, mobiliteit en duurzaamheid.

De economische uitgangspunten vormen als het ware een kader voor de ruimtelijke uitgangspunten. Vanuit de economische uitgangspunten is immers de functiemix kwantitatief en kwalitatief gedefinieerd en is er een beeld geschetst van de ruimtelijke kwaliteiten van de plekken waar de functies kunnen landen. Deze worden middels ontwerpend onderzoek en scenario's in beeld gebracht en samen met de stakeholders aangescherpt.

Het illustreren van het nieuwe compacte centrum (de Huiskamer) en de situering daarbinnen van het nieuwe Kloppend Hart vormt hierbij de centrale opgave. Vervolgens kan de verfijning en de effecten hiervan op de inrichting en gebruik van het openbare gebied worden vertaald in een Inrichtings- en Beeldkwaliteitplan.

Uitgangspunten	Actiepunten	Termijn		
ECONOMISCH		Kort: ≤ 1 jr.	Middel: ≤ 5 jr.	Lang: ≥ 5jr.
De Huiskamer van Hoensbroek 2034 is een compact centrum met een brede en complete mix van functies. Binnen de Huiskamer is een nieuw concentratiegebied gecreëerd met een clustering van winkels en voorzieningen: Het Kloppend Hart.	Dit uitgangspunt omvat drie te beantwoorden hoofdvragen: 1. Bepalen waar het nieuwe Kloppend Hart van de Huiskamer 2034 wordt gesitueerd. Hierbij dient te worden geanalyseerd of de huidige SVREZL-afbakening nog voldoet; 2. Het compact maken behelst voornamelijk het concentreren van winkels en (culturele) voorzieningen in het nieuwe Kloppend Hart. Dit betekent enerzijds transformeren van leegstaande panden naar niet-winkelfunctie en anderzijds het verplaatsen van winkels naar dit gebied. Onderdeel van de beantwoording van deze deelvraag is het onderzoeken van subsidieregelingen die verplaatsing en transformatie kunnen stimuleren. 3. Het inzetten van flankerend beleid om de beoogde doelen ook te realiseren De beantwoording van bovenstaande vragen dient in nauwe samenwerking met de ondernemers, culturele verenigingen/organisaties en inwoners uitgevoerd te worden. De vrijkomende en leegstaande winkelpanden buiten het huidige centrumgebied dienen te worden getransformeerd naar niet-winkelfunctie. Om te voorkomen dat er alsnog een winkel wordt gevestigd, dient de retailbestemming van het pand te worden gehaald.	X X X X X	 X X	 X
Meer en divers aanbod van horecagelegenheden	Het huidige horeca aanbod biedt ruimte voor nieuwe concepten. Stel een *horeca-nota voor het centrum* op die inzicht geeft in de juiste kwalitatieve en kwantitatieve horeca-mix, inclusief een uitoveringplan om dit te realiseren. Deze horeca nota kan vervolgens dienen dan als “acquisitiedocument” om nieuwe horeca-ondernemers enthousiast te maken om hun zaak in het centrum te vestigen. Versterking van de horeca is ook noodzakelijk om op termijn bezoekers van het Kasteel en de Parkstadroute te verleiden een bezoek aan het centrum te brengen.	X		
Er is een sterk aanbod van culturele voorzieningen in het centrum te vinden. Voor jong en oud.	Opstarten onderzoek naar de hiaten in het huidige cultuur-aanbod in relatie tot ontwikkelingen in deze sector en de herpositionering van Hoensbroek op het gebied van cultuur. Verenigingen en andere cultuur-gerelateerde organisaties dienen een plek te krijgen in het centrum. Bij voorkeur in of nabij het Kloppend Hart. Advies om dit i.s.m. diverse culturele instanties zoals Schunck en het verenigingsleven op te pakken maar ook bovenlokale en regionale organisaties bij dit onderzoek betrekken.	X		
Herpositioneringen Centrum “Hoensbroek 2034”, de nieuwe Huiskamer van Hoensbroek	Traject m.b.t. de herpositionering opstarten dat antwoord geeft op “Wat is de Huiskamer van Hoensbroek in 2034 en voor wie?”. Hierbij dient vooral ook aandacht te zijn voor het aantrekken van nieuwe ondernemers, nieuwe inwoners en cultuurgerelateerde organisaties/evenementen. In de positionering dient het Kasteel sterk te worden verankerd. Dit is immers een bijzondere kwaliteit die bovendien boven-regionale bezoekers aantrekt. Ook de ligging direct aan de Parkstad-route moet een duidelijke plek krijgen in de positionering. Beide voorzieningen zijn / worden publiekstrekkers en die een belangrijke rol hebben / krijgen in het aantrekken van meer bezoekers naar het centrum.	X		

Uitgangspunten	Actiepunten	Termijn		
ECONOMISCH (vervolg)		Kort: ≤ 1 jr.	Middel: ≤ 5 jr.	Lang: ≥ 5jr.
Meer woningen in het centrum realiseren door nieuwbouw, herbestemming of herontwikkeling	Stel een duidelijke strategie met uitvoeringsprogramma op voor de woonfunctie in het centrum. Naast een kwantitatieve analyse dient de strategie ook te beschrijven welke (nieuwe) woonconcepten passen bij de wensen van de woonconsument van de toekomst. Extra aandacht hierbij voor het centrumwonen en de meest kansrijke doelgroepen voor het centrum: starters, jonge 1- en 2 persoonshuishoudens en senioren. Nieuwe concepten dienen een marktgerichte koop-huur mix aan te bieden. Vooral jongeren geven vaak de voorkeur aan een compact betaalbaar koop-appartement of studio.	X		
	Betrekt bij het opstellen van de strategie vastgoedeigenaren, marktpartijen en woningcorporaties. Bepaal concreet de geschikte locaties voor wonen en flexibiliseer het bestemmingplan daar waar mogelijk	X		
	Identificeer de locaties in Hoensbroek centrum die een dissonant in de omgeving en/of straatbeeld vormen en ga pro-actief met de vastgoedeigenaren in gesprek over transformatie of sloop-nieuwbouw. *Probleempanden* vereisen een pro-actieve aanpak en dienen hoge prioriteit te krijgen omdat zij een zware wissel trekken op de leefbaarheid en kwaliteit van de omgeving waarin zij zijn gelegen.	X		
	Benader pro-actief de vastgoedeigenaren van de reeks leegstaande winkelpanden aan de Kouvenderstraat en verrommelde achterterreinen en de Hoofdstraat en stel samen een ontwikkelplan op voor de panden.	X		
Evenementen met bovenlokale / regionale aantrekkingskracht organiseren	Evenementen zijn van groot belang voor de economische vitaliteit en positionering van Hoensbroek. Zij trekken veel mensen aan, zowel lokaal als uit de regio. Evenementen zijn belangrijk voor de lokale horeca en winkels. Daarnaast komen niet-inwoners in “aanraking” met Hoensbroek en kan hen aanzetten tot herhalingsbezoek(en).			
	Er dient een evenementenkalender opgesteld te worden met een divers programma dat bij voorkeur past bij de nieuwe positionering van Hoensbroek 2034. Dit programma via diverse online-media intensief boven-regionaal promoten.	X		
	Breng de Reuringregeling via een brede mediamix bij de inwoners onder de aandacht en stimuleer daarmee initiatieven voor het organiseren van evenementen. Deze regeling ook inzetten om de succesvolle evenementen sterker te promoten, te faciliteren, te ondersteunen en te stimuleren om verder door te ontwikkelen. Kijk hierbij vooral ook naar de activiteiten en evenementen die in Kasteel Hoensbroek worden georganiseerd. Deze hebben bewezen bestaansrecht dat door inzet van middelen verder kan groeien. Deze “kasteel-activiteiten” zijn in de toekomst bovendien belangrijk om meer combinatiebezoeken naar het centrum te creëren.	X		

Uitgangspunten	Actiepunten	Termijn		
MAATSCHAPPELIJK		Kort: ≤ 1 jr.	Middel: ≤ 5 jr.	Lang: ≥ 5jr.
De Huiskamer van Hoensbroek 2034 biedt een breed en adequaat palet van sociaal-maatschappelijke voorzieningen, dat in balans is met draagkracht van de omgeving in en rondom het centrum	Opstarten onderzoek naar huidig aanbod en toekomstige vraag o.b.v. soc.-demografische ontwikkelingen. I.s.m. diverse sociaal-maatschappelijke instanties zoals GGZ	X	X	X
Activiteiten die ontmoeten stimuleren en eenzaamheid tegengaan	In samenwerking met onze gecontracteerde partners inzetten op programma's/ activiteiten voor inwoners die kampen met of juist het preventief tegengaan van eenzaamheid.; zowel voor jonge mensen als voor senioren.	X	X	
Mensen moeten zich veilig voelen op straat	Uit gesprekken met ondernemers en inwoners is gebleken dat er een grote mate van onveiligheidsgevoel heerst en men behoorlijk overlast ervaart van – vaak verwarde of onder invloed zijnde – personen die in het centrum ronddwalen. De gemeente heeft hiertoe programma's opgestart. Deze dienen na evaluatie te worden voortgezet of aangepast te worden. Het vestigen van het Veiligheidscentrum aan de Kouvenderstraat. Dit zal naar verwachting eind 2024 / begin 2025 gerealiseerd zijn.	X X	X	X
Mensen worden gestimuleerd om te bewegen door speciale programma's en beweegfaciliteiten in het openbare gebied	De regio kampt met behoorlijke gezondheidsproblemen die vaak al (deels) kunnen worden aangepakt door een gezondere leefstijl, o.a. door meer te bewegen. Door de aanleg van beweegparkjes of looproutes worden mensen – eventueel onder begeleiding – gestimuleerd tot meer bewegen.	X	X	X
In 2034 is het gemiddelde opleidingsniveau en de arbeidsparticipatiegraad gestegen en kan vrijwel iedereen deelnemen aan de samenleving	Door als gemeente en regio te werken aan en te investeren in het verbeteren van onderwijs, werkgelegenheid, inkomensverbetering en gemeenschapsinitiatieven, kunnen de economische kansen en de levenskwaliteit van de inwoners verbeteren. Met het Nationaal Programma Heerlen-Noord zijn wij inmiddels hiermee gestart door te werken o.b.v,. een langjarige aanpak via 5 pijlers.	X	X	X

Het palet aan maatregelen en programma's is uiteraard veel breder en complexer dan hierboven geschetst. Dit vereist echter specialistische kennis van de verschillende instanties en betreffende disciplines binnen de gemeente Heerlen. In het vervolgtraject zullen organisaties en gemeente samen de maatschappelijke uitgangspunten uitbreiden, aanscherpen en vertalen in concrete maatregelen en programma's. Dit valt echter buiten de scope van deze Nota en is derhalve op hoofdlijnen weergegeven. Het opstarten van programma's e.d. kan relatief snel, bovendien lopen er al

Uitgangspunten	Actiepunten	Termijn		
RUIMTELIJK		Kort: ≤ 1 jr.	Middel: ≤ 5 jr.	Lang: ≥ 5jr.
De Huiskamer van Hoensbroek 2034 is een compact centrum met korte loopafstanden. Binnen de Huiskamer is een nieuw concentratiegebied gecreëerd met een clustering van winkels en voorzieningen: Het Kloppend Hart.	Start met een stedenbouwkundige studie die de contouren van het nieuwe compacte centrum aangeeft. Binnen dat centrum zal middels scenario's de ligging van het Kloppend Hart worden voorgesteld. Deze scenario's dienen met diverse stakeholders in verschillende werksessies en/of bijeenkomsten aangescherpt te worden.	X		
Het openbaar gebied is sfeervol, nodigt uit tot verblijven en is klimaatadaptief	Stel een integraal groenplan op voor het centrum. Bij de groeninrichting dient rekening te worden gehouden met de functie die de straat of plein heeft. Extra aandacht voor de vergroening van de Markt en het Gebrookerplein, waarbij rekening moet worden gehouden met jaarlijkse evenementen. Het huidige ontwerp voor het Gebrookerplein dient in het integrale groenplan opgenomen te worden. Betrek ondernemers, bewoners van het centrum en organisatoren van evenementen bij het uitwerken en beoordelen van het integraal groenplan. De winkelconcentratie waar nu Plus, HEMA en Etos zijn gevestigd, is sterk gedateerd en de uitstraling is niet uitnodigend. Door de stedenbouwkundige positionering en de verschijningsvorm vormen zij een ondermaatse verbinding en belevingswaarde voor het Gebrookerplein. Bij het herinrichten van het Gebrookerplein moet deze winkelconcentratie worden meegenomen. Breng de subsidieregeling voor het vergroenen van gevels en geveltuinen via een brede mediamix bij de inwoners onder de aandacht. De gemeente kan hier ook pro-actief in optreden indien zij het zeer wenselijk vindt dat bepaalde gevels en geveltuinen worden vergroend. Denk hierbij aan gevels en geveltuinen rond de pleinen.	X X		
De Huiskamer van Hoensbroek 2034 is een prettige plek om te wonen voor jong en oud	Stel een ruimtelijk raamwerk op dat op locatie en mogelijk op complex-niveau plekken duidt te worden die geschikt kunnen zijn/worden gemaakt voor woningbouw. Dit raamwerk moet worden afgestemd op het kwalitatieve en kwantitatieve woonprogramma dat uit de economische uitgangspunten voortvloeit. Bij de ontwikkeling van dit raamwerk moeten plannen van marktpartijen, ontwikkelaars en woningcorporaties worden meegenomen.	X	X	
De bezoekers van Kasteel Hoensbroek en recreanten van de Parkstadroute combineren dit met een bezoek aan het centrum	Ontwikkel een uitnodigende route met goede bewegwijzering die het Kasteel met het centrum verbindt waardoor combinatiebezoeken worden gestimuleerd en gefaciliteerd. Creëer op verschillende plekken aan de Parkstadroute aantrekkelijke en comfortabele "afslagen" met goed bewegwijzering richting het centrum.	X X	X X	

De inrichting van het openbaar gebied en het toevoegen van woningen zijn complexe opgaven en processen. Vaak dienen plannen meerdere malen te worden herzien of is de financiële haalbaarheid een behoorlijke barrière om te nemen. Procedures en onderhandelingen kunnen soms langjarig duren ondanks dat zij "per morgen" kunnen worden opgestart. Vandaar is bij beide uitgangspunten ook de middellange en lange termijn aangevinkt.

Bijlage 1: overzicht geraadpleegde bronnen

- Rapport: Gemeente Heerlen, Stadsdeelvisie Hoensbroek 2025 (2012)
- Rapport: BRO, Heerlen, Visie op de boodschappenstructuur (2021)
- Presentatie: studio BNL – gemeente Heerlen, Doorontwikkeling Centrum Hoensbroek (2021)
- Rapport: stec groep, Woonbehoefte onderzoek Parkstad Limburg 2022-2032 (2022)
- Rapport: BRO, Marktverkenning winkelcluster Hoensbroek (2021)
- Factsheet: Gemeente Heerlen, koopstromenonderzoek centrum Hoensbroek (2019)
- Site: Parkstad Limburg, Parkstad in Cijfers (2022)
- Site: Vincio Wonen, Nieuwbouw in centrum van Hoensbroek (2024)
- Site: Lokale wet- en regelgeving, Nota Parkeernormen (2022)
- Site: Alle Cijfers, Buurt Hoensbroek Centrum (Gemeente Heerlen) (2024)
- Site: Nationale Vacaturebank, modaal inkomen 2024 (2024)
- Site: Volkshuisvesting Nederland, Bovengrens NHG en Betaalbaarheidsgrens 2024 (2023)