

Heerlen

Voorstel

gemeenteraad

Vergadering:
gemeenteraad Heerlen

Heerlen,
22 juli 2021

Vergaderdatum:

Onderwerp

Samen maken we de stad! Schoonheid, Levendigheid en Bekendheid

Registratienummer:
BWV-21001307

Inleiding/aanleiding

Het centrum van Heerlen is de afgelopen jaren zienderogen veranderd. Deze veranderingen zijn de uitstraling van de stad ten goede gekomen. Maar we zijn er nog niet. Binnen het programma centrum worden de komende periode veel projecten in de openbare ruimte gestart, bouwprojecten gaan starten, het Mijnmuseum gaat open, ons Romeins Museum wordt ontworpen, dus volop werk in uitvoering. Het culturele aanbod is stevig en trekt jaarlijks honderdduizenden bezoekers naar de stad. Daarnaast zal ook het aanstaande IBA-expojaar de stad op de kaart zetten.

Agendapunt:

De laatste jaren hebben we gekozen voor een basis onderhoudsniveau in het centrum. We kiezen nu voor een kwalitatief hoger onderhoudsniveau, waarmee we de volgende stap zetten om de publieke ruimte in het centrum een zware kwaliteitsimpuls te geven.

Onder de noemer "Samen maken wij de stad", willen we langs drie thema's het centrum bekender en aantrekkelijk(er) houden(maken) voor inwoners en bezoekers. Dit betreft de thema's Schoonheid, Levendigheid en Bekendheid.

Bekendheid

We gaan onze trots op Heerlen uitdragen! Het verhaal van onze stad gaan we uitdragen, en hiermee zorgen dat onze inwoners ambassadeurs worden. Laten zien dat Heerlen weliswaar een rauwe stad is, maar dat dit ook een van de charmes van de stad is.

In het Bidboek "Urban Heerlen" is de stadsstrategie samengevat. Het is tijd om dit verhaal tastbaar te maken en uit te gaan dragen. We werken aan een levendige, schone, hele, sociaal-veilige en leuke stad om in te wonen, werken, winkelen, ondernemen en te verblijven. Hoe communiceren we integraal over al die ontwikkelingen en projecten? Wat is de positionering van Heerlen-Centrum, wat is het bijbehorende verhaal? Dat werd in het bidboek niet verder uitgewerkt.

Om hier antwoord op te geven, is de positionering van Heerlen-Centrum ontwikkeld (zie bijlage 1). Deze helpt ons om het verhaal van Heerlen te vertellen. Hierbij wordt de term "urban" vervangen door een duidelijker begrip. Het verhaal van Heerlen dat we gaan uitdragen:

Heerlen, stad van pionieren

Heerlen is **continu in beweging**, want de wereld om ons heen verandert ook voortdurend. Daar zijn we niet bang voor, dat omarmen we. Nieuwe ideeën zijn onze zuurstof. We staan met onze voeten op de grond en zijn bereid onze handen uit de mouwen te steken. Wij wachten niet af, we nemen het **voortouw**.

Dat sommigen ons een beetje **vreemd** vinden, beschouwen wij als een compliment. Het verbindt ons en geeft een gevoel van **saamhorigheid**. Vertel ons niet hoe het hoort en hoe het moet, **geef ons liever de ruimte**, dan ontstaan bijzondere dingen.

Wij houden van Heerlen, de stad is van ons allemaal. Oud en nieuw, mooi en lelijk, wit, zwart, geel en groen. **Want wat we doen, doen we niet alleen voor onszelf**. Het is juist te gek als we iets kunnen betekenen voor Heerlen.

De nieuwe positionering van Heerlen-Centrum (Heerlen, de pionierende stad) vormt tevens de basis voor de stadsmarketing van Heerlen (vanuit de lijnorganisatie). Afgesproken is te starten met de introductie van de nieuwe positionering in het centrum (vanuit programma centrum) met bijhorende communicatie(middelen) en daarna (via de lijnorganisatie) uit te breiden naar de rest van Heerlen.

Levendigheid

We willen een levendige stad, die druk is en waar gekke en leuke dingen gebeuren, waardoor mensen ernaartoe getrokken worden! Het stimuleren van een kwalitatief verblijfsklimaat en het neerzetten van de binnenstad als plek voor ontmoeting waar dagelijks iets te beleven is, zorgt voor nieuwe bezoekmotieven. Binnen het concept "Samen maken wij de stad" willen we levendigheid toevoegen waarbij interactieve installaties de uitstraling van de stad onderstrepen, waar deze installaties artistiek, frivool en creatief zijn en waar zowel kinderen als volwassenen actief bezig zijn en zich kunnen verwonderen. De installaties sluiten aan en verhouden zich tot de lokale context en ruimtelijke omgeving, om zo de verschillende sferen en de in herontwikkeling zijnde gebieden van het centrum extra te onderstrepen. Voor een verdere uitwerking zie bijlage 2.

Schoonheid

In onze stad zorgen we ervoor dat minimaal de basis op orde is, onze stad dus schoon, heel en veilig is. Bewoners en bezoekers verdienen een mooie schone huiskamer waar ze zich thuis voelen. Binnen het concept "Samen maken wij de stad" gaan we zorgdragen voor elegantere oplossingen, groene haagjes en bloembakken in plaats van paaltjes en varkensruggen, maar ook frequenter schoonmaken, overdadigheid aan borden verwijderen, vieze graffiti verwijderen of vervangen door graffiti met muraluitstraling. Maar we gaan er ook voor zorgen dat onze fraaie gebouwen ook in het donker hun schoonheid tonen en dat bezoekers van onze bedrijven en instellingen ook hun weg weten te vinden door het centrum. Voor een verbeelding zie bijlage 3.

Het komende jaar richten we ons op het centrum. Parallel hieraan zullen we in de komende jaren het concept "Samen maken wij de stad" eveneens doortrekken naar de verschillende stadsdeelcentra.

Om nu ook snel te kunnen doorpakken is een actieprogramma opgesteld waarmee we direct kunnen starten. Het actieprogramma beschrijft concrete acties (zoals uitgewerkt in

de bijlages te lezen is) op de drie genoemde thema's en heeft betrekking op dingen doen, veranderen (openbare ruimte), maar ook ons verhaal gaan uitdragen, zorgen dat die ambassadeurs er gaan komen en stralend het verhaal van Heerlen vertellen!

Kader

Bidboek "Urban Heerlen"

Kadernota 'Sjoeën Heële'

Stadsmarketing

Programma's Duurzaamheid en Burgerbetrokkenheid

Cultuur

Kernthema:

Centrum

Bevoegdheid

Raad

Voorstel

1. Een budget ter beschikking te stellen als werkbudget voor het actieprogramma 'Samen maken wij de stad' van € 1.169.555,- voor het uitvoeringsjaar 2021/2022.

Argumenten

1.1 Hoe wij ons centrum positioneren en presenteren bepaalt ons imago

De wereld ligt aan onze voeten. Bedrijven kunnen zich overal vestigen, burgers kunnen overal wonen en toeristen kunnen overal op vakantie. De wijze waarop wij ons centrum positioneren en presenteren, bepaalt ons imago en of we daarmee meer bewoners, nieuwe ondernemers, bezoekers of toeristen naar Heerlen trekken. Dat heeft invloed op onder meer de lokale economie en levendigheid en dus ook de sociale-veiligheid.

1.2 Datgene wat we doen gaan we ook vertellen en laten zien

De gemeente en haar partners hebben grote behoefte om aan inwoners, (potentiële) ondernemers en bezoekers te vertellen en te laten zien waaraan we gisteren, vandaag én morgen werken. Want we werken aan de uitvoering van 26 ambities, maar waarom, voor wie, wat is de onderlinge samenhang tussen alle projecten en wat is het integrale verhaal? Met een duidelijke positionering, een verhaal, beeldtaal en aantrekkelijke on- en offline communicatiemiddelen, kunnen we aan de behoefte voldoen. We hebben daarmee de basis en de haakjes om de communicatie aan op te hangen, anders blijft het los zand.

1.3 Een goede positionering helpt bij het identificeren van ons centrum

Met een duidelijke passende positionering van het centrum, kunnen mensen zich gemakkelijker identificeren dan met het bidboek "Urban Heerlen". Zowel intern (medewerkers van de gemeente) als extern (partners, inwoners, ondernemers en bezoekers). Het vervult ze met trots, ze willen er onderdeel van uitmaken en gaan het mee uitdragen.

1.4 Er moet voldoende uitvoeringskracht zijn

Werken aan de stad betekent ook dat naast investeringsgeld er ook voldoende uitvoeringskracht dient te zijn. In het voorliggende actieprogramma is hiermee rekening gehouden door ook in te zetten op deze uitvoeringskracht.

1.5 "Samen maken wij de stad" sluit aan bij en verstevigt de uitstraling van Heerlen als pionierende stad met een familiair karakter

Heerlen is een pionierende stad, waar geëxperimenteerd wordt met nieuwe ideeën. Waar creatieve expressie en innovatie centraal staan. De stad wordt getekend door haar non-

conformistische en toch familiale karakter. "Samen maken wij de stad" streeft een creatieve en artistieke speelsheid na, die past bij het familiale karakter en tegelijkertijd een extra gelaagdheid brengt vanwege de artistieke invalshoek waarmee Heerlen zich eveneens onderscheidt in de regio.

1.6 Uit onderzoek blijkt dat interactieve installaties, ontmoeting en collectieve ervaring stimuleren, zorgen voor een langere verblijfsduur, een hoog return-on-investment hebben en mensen een beter gevoel geven

Uit een onafhankelijke studie naar een kwalitatief hoogwaardige installatie van Daily Tous Les Jours blijkt dat één derde van de bezoekers langer verblijft in de openbare ruimte waar zulke installaties aanwezig zijn. Eenzelfde percentage gaf aan dat ze met nieuwe mensen in contact kwamen en dat de installaties daadwerkelijk ontmoetingen stimuleerden. In datzelfde onderzoek komt naar voren dat minimaal 85% van de mensen andere mensen zullen vertellen over de installatie en minimaal 63% de installaties op social media zal plaatsen. De studie toont eveneens aan dat er een hoog return-on-investment is (293%), mensen van alle achtergronden en leeftijden participeren en de installaties de deelnemers een gevoel van blijdschap en trots op de stad opleveren.

1.7 Interactieve installaties zijn een toevoeging aan de bestaande kunst in de openbare ruimte en evenementen

Waar evenementen een middag of enkele dagen plaatsvinden, is er niet het hele jaar door activiteit in de stad. De installaties voor "Samen maken wij de stad" zijn het hele jaar door toegankelijk en stimuleren een andere interactie met de stad. Zo zijn er bijvoorbeeld geen afzettingen of geen food trucks, waardoor het dagelijkse leven niet gestoord wordt en bezoekers geld spenderen bij bestaande zaken.

Ook zijn de interactieve installaties in de openbare ruimte een aanvulling op de bestaande kunst in de openbare ruimte. De interactieve installaties zijn immers bedoeld om niet alleen te aanschouwen, maar ook om aan te raken en te participeren.

1.8 Heerlen heeft de City Deal 'Een slimme stad, zo doe je dat' ondertekend, hetgeen aansluit op de toevoegingen van interactieve installaties in de openbare ruimte

Met 'Een slimme stad, zo doe je dat' willen wij onder andere activiteiten stimuleren waar jong en oud elkaar ontmoet en digitalisering op een toegankelijke wijze onderdeel uitmaakt van de stad. Een deel van de interactieve installaties zal met vernieuwende digitale middelen interactie stimuleren.

1.9 "Samen maken wij de stad" levert een grote bijdrage om het centrum aantrekkelijk te houden

Middelgrote steden zijn mede door de digitalisering minder aantrekkelijk als regionale koopsteden. Er heeft op een andere manier naar de binnenstad te worden gekeken. Inwoners en bezoekers zijn vooral ook op zoek naar beleving. "Samen maken wij de stad" levert een grote bijdrage aan de herpositionering van een aantrekkelijk regionaal centrum.

1.10 Integrale aanpak voorkomt wildgroei

Interactieve installaties toevoegen zonder rekening te houden met bestaande plannen, ruimtelijke context en andere installaties zorgt voor wildgroei en draagt niet bij aan een goed overzicht. Dit voorkomen we door "Samen maken wij de stad" integraal te benaderen.

1.11 De basis op orde

Om de beleving positief te beïnvloeden, zal allereerst 'de basis op orde' aangepakt worden. De beleving van de openbare ruimte wordt beïnvloed door de fysieke kwaliteit van de openbare ruimte. Deze kwaliteit wordt in belangrijke mate bepaald door de netheid én de inrichting die past bij de functionaliteit van een gebied. Beide gaan hand in

hand en zijn essentieel voor een goede beleving van de openbare ruimte en een juist gebruik ervan.

1.12 Netheid zorgt voor positieve beïnvloeding

Uit onderzoek blijkt dat een minder nette omgeving, waarin veel zwerfafval, graffiti en verloedering voorkomt, een negatieve invloed heeft op het veiligheidsgevoel van bewoners en overlast in de hand werkt (bron Centrum voor criminaliteitspreventie).

1.13 Inrichting heeft een wezenlijk effect op de uitstraling van een gebied

Een verouderde inrichting heeft een negatieve impact op de uitstraling van de openbare ruimte én op het gebruik ervan. Deze verouderde inrichting uit zich in verzakkingen, en scheefliggende stenen en in de aanwezigheid van veel elementen, aanvankelijk bedoeld om de veiligheid van bezoekers en bewoners te garanderen of om gebruik dat eerder niet was voorzien mogelijk te maken. Na de inrichting van een gebied worden dus vaak noodgedwongen borden, paaltjes, betonblokken etc. geplaatst. Niet fraai maar alleen functioneel aanwezig.

2.1 We willen snel starten met deze aanpak

Het IBA-expojaar en diverse events starten medio augustus, dan willen we al een eerste slag gemaakt hebben, met name in het kader van het thema schoonheid. We kiezen daarom voor een voorfinanciering uit het budget van het programma centrum tot het moment dat de raad eind september tot een definitieve krediettoekenning besluit. Na krediettoekenning wordt het centrumbudget weer aangevuld. Dit is ook in lijn met het besluit vaststelling jaarrekening 2020, waarbij door het college is aangegeven:

"Dat betekent dat we het centrum 'oppoetsen' en 'aankleden' een IBA-expojaar waardig. Om dit te betalen willen we een beroep doen op het positieve jaarrekeningresultaat. We komen hier voor het zomerreces op terug met een voorstel."

2.2 Het actieprogramma is een plus op de lijn- en programma-activiteiten

De voorgestelde aanpak betreffen acties die een grote positieve plus toevoegen aan de reguliere lijn- en programma-activiteiten in het centrum. Hierdoor is een extra krediet om deze acties te kunnen realiseren noodzakelijk. Uiteraard zijn enkele acties (zoals opfleuring met bloemen) eenmalig, maar het merendeel van de acties zorgen de komende jaren voor een attractiever, levendiger en schoner centrum.

Tegenargumenten en risico's

1.1 Voorfinanciering uit programma Centrum

Gelet op de wens van college en commissie Ruimtelijke Ontwikkeling om al per direct te starten met diverse acties, worden de kosten tot aan het raadsbesluit voorgefinancierd uit het budget van het programma Centrum. Indien er geen krediettoekenning plaatsvindt, komen de reeds gemaakte kosten ten laste van het resultaat jaarrekening 2021.

1.2 Een aantrekkelijke stad maar ook interactieve installaties vragen extra aandacht voor beheer en onderhoud

Kwaliteit verhogende inrichtingselementen, meer groen etc. vraagt om meer beheer en onderhoud. De interactieve installaties zullen intensief gebruikt worden. Tevens is het streven om een deel van de installaties te digitaliseren. Dat vraagt extra aandacht voor het structurele onderhoud.

In de meerjarenbegroting dient hiermee rekening gehouden te worden.

1.3 Door de dekking uit de algemene reserve daalt het weerstandsvermogen.

De algemene reserve maakt onderdeel uit van de beschikbare weerstandscapaciteit, door dekking te zoeken uit de algemene reserve heeft dit tot gevolg dat de beschikbare weerstandscapaciteit lager zal uitvallen. De doelstelling om te komen tot een hoger weerstandsvermogen (ratio) zal daarom niet worden gerealiseerd. Samenhangend met het weerstandsvermogen, wordt het streven om 2% van het begrotingstotaal in het

algemeen reserve te stoppen hierdoor bemoeilijkt. We blijven wel binnen de kaders van het financieel herstelplan.

Kosten en dekking

In bijlage 4 is het kostenoverzicht opgenomen voor de drie thema's. In totaal bedragen de kosten voor het actieprogramma € 1.169.555,-.

Algemene Reserve

Beginstand	€ 827.000
Mutaties tot voorstel	€ 3.250.000
Verplichtingen	€ -
Saldo	€ 4.077.000
Voorstel	€ 1.169.555
Eindsaldo	€ 2.907.445
Reserveringen	€ -

Communicatie

Door communicatie wordt een persbericht opgesteld.

Evaluatie

De aanpak willen we actief monitoren en evalueren, zowel met de raad als met de bewoners van de stad. Wellicht met inzet van ons burgerpanel.

Planning, procedure en uitvoering

We willen snel aan de slag om de basis weer op orde te krijgen, dit betekent dat we reeds in de zomer starten met diverse werkzaamheden, verfraaiingen aanbrengen. Echter voor bv. levendigheid willen we ook bewoners en ondernemers betrekken bij de ideeën en hiermee willen we in de stadmaakweek gaan starten.

Ook het verhaal van Heerlen wordt vanaf de zomer uitgerold en in het najaar zichtbaar gemaakt.

Bijlagen

Bijlage 1: Uitwerking Bekendheid

Bijlage 2: Uitwerking Beleving

Bijlage 3: Uitwerking Schoonheid

Bijlage 4: Kostenoverzicht actieprogramma

Burgemeester en wethouders van Heerlen,

de secretaris a.i.,
L. Schouterden

de wnd. burgemeester,
drs. R. Wever

raadsbesluit

De raad der gemeente Heerlen;

gezien het voorstel van burgemeester en wethouders d.d. registratienummer BWV-21001307;

gezien het advies van de raadscommissie ;

besluit:

1. Een budget ter beschikking te stellen als werkbudget voor het actieprogramma 'Samen maken wij de stad' van € 1.169.555,- voor het uitvoeringsjaar 2021/2022.

Aldus besloten tijdens de vergadering van de raad van de gemeente Heerlen van

de griffier,

de voorzitter,

drs. T.W. Zwemmer

drs. R. Weaver