

Beleidsvisie toekomstbestendige centra gemeente Beesel

"Op weg naar een toekomstbestendig Reuver, Beesel en Offenbeek"
Focus, lef en draakkracht

Beleidsvisie met uitvoeringsprogramma voor de drie centra in de gemeente Beesel

kragten



Inhoud

Voorwoord	3
Hoofdstuk 1. Inleiding	4
Hoofdstuk 2. Naar toekomstbestendige centra	7
2.1 Zorgen in de gemeente Beesel...	8
2.2 ...maar ook kansen!	9
2.3 Werken vanuit samenhang	10
2.4 Ontwikkelingsvisie	11
Hoofdstuk 3. Ontwikkelingsperspectief per centrum	12
3.1 Inleiding	13
3.2 Beesel	14
3.3 Offenbeek	17
3.4 Reuver	20
3.5 Samenwerking tussen de centra	28

Voorwoord

Voor de gemeente Beesel zijn leefbaarheid en levendigheid van de centra van Beesel, Offenbeek en Reuver van groot belang. Echter de aantrekkelijkheid van de centra staat onder druk, onder andere door leegstaande winkelpanden. Onze centra moeten inspelen op het veranderende koopgedrag. Iedere dorpskern heeft zijn eigen structuur en zijn eigen kansen en uitdagingen. Het vergt focus, lef een draakkracht om de drie centra toekomstbestendig te maken en te houden.

De visie Toekomstbestendige centra gemeente Beesel geeft hieraan richting: er is ruimte om te ondernemen in de centra, ruimte voor initiatieven gericht op beleving én een gezonde leefomgeving (wonen, recreëren en toerisme) waar de huidige en ook volgende generaties plezier van hebben. Er is ruimte om jezelf te zijn en samen één te worden en te blijven.

Levendige en leefbare dorpskernen maken we met elkaar. Met initiatieven van bewoners, ondernemers en vastgoedeigenaren komen deze centra pas echt tot leven. Ook deze beleidsvisie is het resultaat van een gezamenlijk traject dat is ingezet in het voorjaar van 2019.

Beesel, oktober 2019



01

Inleiding



Leefbaarheid en levendigheid staat centraal

Leefbaarheid en levendigheid zijn belangrijke begrippen in deze beleidsvisie. Bij leefbaarheid gaat het om de tevredenheid van bewoners nu en in de toekomst over hun woonomgeving. Tal van zaken spelen daarbij een rol. Denk aan de aanwezigheid van natuur, infrastructuur of de Maas die zorgen dat het prettig wonen is. Voorzieningen spelen ook een belangrijke rol. Deze zijn voor een groot deel te vinden in onze centra. Winkels, horeca, de warenmarkt en andere voorzieningen en bedrijven als kappers, schoonheidssalons (dienstverleners), de bibliotheek, een muziekschool (cultuur), een huisarts, apotheek en fysiotherapeut (zorg) en ontmoetingsruimten zorgen in combinatie met evenementen voor levendigheid voor inwoners, bezoekers vanuit de regio en toeristen.

Samenhangend kader nodig om centra te versterken

Winkels spelen een grote rol in de leefbaarheid en levendigheid van onze centra. Tal van trends en ontwikkelingen maken dat het winkellandschap niet alleen snel, maar ook structureel verandert. Ook onze centra moeten zich aanpassen aan de veranderende wensen van de consument.

De (structurele) leegstand laat zien dat we hier nog flinke stappen moeten zetten. De toekomstbestendigheid van onze centra vraagt om acties vanuit een samenhangend beleidskader waarbij recht wordt gedaan aan het karakter en de opgave per centrum. De beleidsvisie geeft richting aan de versterking van de leefbaarheid en levendigheid van de centra. Sommige zaken kunnen al direct opgepakt worden. Andere punten vragen om nadere uitwerking of onderzoek.

Visie is het resultaat van cocreatie

Deze visie is het resultaat van diverse sessies en gesprekken met belanghebbenden over de identiteit, ambities, doelstellingen en acties van en voor de drie centra. Deze bestonden onder meer uit gesprekken met een kopgroep (ondernemers, vertegenwoordigers kernoverleggen, centrummanager, belangenorganisaties en vertegenwoordigers van de gemeente), een drietal dorpsconferenties, afzonderlijke gesprekken met de kernoverleggen, jongeren, schouws, gesprekken met ambtenaren en vastgoedeigenaren, ondernemers en de centrummanager.

Visie, uitvoeringsprogramma, schetsontwerp en bijlagenrapport

Deze beleidsvisie geeft het ontwikkelingsperspectief voor zowel de gemeente als geheel (navolgende hoofdstuk) als de verschillende centra weer (hoofdstuk 3). Per centrum staan de volgende vragen centraal: Wie zijn we als centrum (identiteit/karakter)? Wat is onze ambitie wanneer het gaat om leefbaarheid en levendigheid, ofwel; wat willen we? En wat is nodig om het centrum te versterken? Voor de inrichting en het gebruik van het centrum van Reuver is een schetsontwerp opgesteld. In een uitvoeringsprogramma in de vorm van een separate rapportage zijn de acties en maatregelen waarmee we de centra willen versterken, nader uitgewerkt. De bouwstenen voor de visie zijn opgenomen in een bijlagenrapport. Het schetsontwerp is eveneens in een afzonderlijk document uitgewerkt.

.

02

Naar toekomst-
bestendige
centra



2.1 Zorgen in de gemeente Beesel...

Alternatieven voor de mobiele en kritische consument op korte afstand

Kenmerkend voor de situatie in de gemeente Beesel is allereerst de concurrentiepositie; op niet al te grote afstand vinden de inwoners van de gemeente Beesel en de toeristen die hier verblijven een breed palet aan alternatieven om boodschappen te doen, te winkelen, voor horecabezoek en/of om te recreëren. Denk hierbij aan het centrum van Venlo, het centrum van Roermond, het DOC en het Retailpark Roermond. En daarnaast hebben onze centra natuurlijk ook te maken met de effecten van trends en ontwikkelingen in de retail zoals de sterke opkomst en positie van internet. De consument hoeft niet meer per se naar de winkel te gaan voor een aankoop, internet is voor verschillende producten en diensten een alternatief aankoopkanaal.

Verspreide ligging beperkt synergiemogelijkheden

Er is nog behoorlijk veel detailhandel aanwezig in de gemeente Beesel. Een groot deel van de winkels en horecabedrijven is gelegen langs de historische assen; de Rijksweg, de Keulseweg en de Pastoor Vranckenlaan. In het verleden prima plekken gezien de bereikbaarheid en zichtbaarheid. Vanwege de mogelijkheden tot combinatiebezoek en de mogelijkheid anderen hier te ontmoeten in een aantrekkelijke omgeving, zijn het tegenwoordig vooral de centra die goed scoren bij de consument. Daarom streven we naar concentratie van consumentgerichte functies (zoals winkels en horeca) in onze centra.

De gemeente kampt met structurele winkelleegstand

In vergelijking met naburige gemeenten en landelijke cijfers, is de leegstand groter dan gemiddeld. Binnen de gehele gemeente staan panden leeg, de leegstand is het meest omvangrijk in de kern Reuver. Hier staat in het centrum en de bebouwde kom circa 16% van de winkelpanden leeg. Ten opzichte van 2018 is het aantal vierkante meter leegstand in 2019 met ruim 20% gestegen, van zo'n 1.900 m² winkelvloeroppervlak naar zo'n 2.400 m² (excl. de grootschalige units aan de Parallelweg). Opvallend zijn de langdurig leegstaande grootschalige units buiten het centrum aan de Parallelweg en de leegstand in de passage.

Beperkt marktpotentieel vraagt om keuzen

De marktscan (opgenomen in de bijlagenrapportage) laat zien dat er onvoldoende marktpotentieel is om alle leegstand te vullen met detailhandel. Gesprekken met retailers en de resultaten van de sessies met de kopgroep en dorpsconferenties bevestigen dit beeld. We kiezen voor een concentratie van winkels en consumentgerichte functies in onze centra. Dit betekent dat (leegstaande) winkel- en horecapanden buiten de centra op termijn mogen transformeren naar een andere invulling. Dit vraagt wel dat er (planologische) ruimte wordt geboden voor niet consument gerichte activiteiten zoals andere vormen van bedrijvigheid en wonen.

2.2 ...maar ook kansen!

De drie kernen hebben veel toekomst als aantrekkelijke woonkernen

Concurrenten als Venlo en Roermond zijn vlot en goed bereikbaar. Dit draagt bij aan de aantrekkelijkheid van Beesel als woongemeente en vraagt tegelijkertijd aan de centra in Beesel dat zij zich onderscheidend (en complementair) positioneren.

Lokale identiteit als basis voor versterking

Om de centra echt, authentiek en geloofwaardig te positioneren kan aansluiting gezocht worden bij de lokale identiteit. De kern Beesel is aan de hand van de draak een aansprekend voorbeeld, iets dat in Reuver en Offenbeek op een eigen, bij de centra passende wijze, navolging kan krijgen. Er zijn genoeg verhalen en beelden te vinden om de identiteit van de centra zichtbaar en beleefbaar te maken. Dit sluit aan bij de trend dat consumenten op zoek zijn naar authentieke beleving.

Beesel moet inspelen op de wensen van belangrijke doelgroepen

De prognose (Bron: CBS) is dat tegen 2040 ongeveer een derde van alle inwoners van de gemeente 65 jaar of ouder is. Vanuit het leefstijlenonderzoek is bekend dat de verbindings- en rustzoekers dominante groepen zijn.

Een belangrijk deel van de inwoners van de gemeente en van de toeristen/bezoekers behoren tot deze leefstijlen (zie bijlage voor meer informatie over deze leefstijlgroepen). Bij de ontwikkeling van de centra moet rekening gehouden worden met de specifieke wensen en behoeften van deze doelgroepen. Denk daarbij aan het type voorzieningen als de inrichting van de centra, maar ook de communicatie (promotie) moet aansluiten bij de karakteristieken van deze groepen.

Levendige centra bestaan uit meer dan winkels en horeca

De aantrekkelijkheid van de centra in de gemeente Beesel wordt mede bepaald door leisure, cultuur, een weekmarkt en sociaalmaatschappelijke voorzieningen. Hier liggen kansen, aangezien ongeveer 22% van de bedrijven in Reuver actief is in de leisure of vrije tijds-sector (Bron: Locatus). Ook zien we kansen voor ambacht en dienstverlening of een mix hiervan (blending, zie ook de bijlagenrapportage hierover). In de centra wordt ook gewoond, op sommige plekken kunnen leegstaande panden ook worden gevuld met (zorg)woningen en appartementen.

2.3 Werken vanuit samenhang

Complementariteit leidt tot een maximaal divers voorzieningenpakket

Voor de inwoners van de gemeente zijn niet alleen de voorzieningen in de eigen kern van belang. Denk bijvoorbeeld aan het Luxor theater of XBAZE Jump Arena die door inwoners van alle kernen (en bezoekers van buiten Beesel) wordt bezocht. De centra zijn complementair, waarbij het centrum van Reuver de belangrijkste vestigingsplaats is voor winkels, horeca en andere (commerciële) voorzieningen. Ofwel Reuver is het hoofdcentrum van de gemeente. Het centrum van Offenbeek heeft een verzorgingsfunctie voor de inwoners van de eigen kern. Beesel centrum heeft een functie voor de eigen inwoners en profiteert ook van het bezoek en de aankopen door toeristen.

Ruimtelijke clustering zorgt voor synergie

Van een clustering in een aantrekkelijke omgeving profiteren zowel bedrijven als consumenten. Sterker, deze clustering en ruimtelijke concentratie is ook nodig om (gezien het relatief beperkte consumentenpotentieel) een voldoende divers en compleet voorzieningenaanbod te waarborgen. Daarom kiezen we ook voor een ruimtelijke afbakening van het centrum Reuver waarbinnen we functies willen concentreren. Dit wordt in het volgende hoofdstuk nader uitgewerkt.

Koppeling van hotspots voor toeristen

Door toeristische clusters van interessante plekken en bedrijven met elkaar te verbinden, wordt het samengesteld toeristisch product van de gemeente Beesel zichtbaar en herkenbaar. Zeker als in de marketing en communicatie aangesloten wordt bij het beeldmerk en verhaal van de Draak. De Draak is van Beesel, maar in het spoor daarvan (door aan te sluiten bij waarden die bij de Draak horen) kan de gemeente zich aan de toerist tonen. Bijvoorbeeld via een toeristische route die drie centra en hotspots zoals Landal de Lommerbergen en het gebied aan de Duitse grens met elkaar verbindt.

Het voucherboekje dat is ontwikkeld door ondernemers samen met de centrummanager laat zien hoe de thematiek van de Draak in de praktijk benut kan worden. Deze thematiek biedt ondernemers de mogelijkheid tot verdere samenwerking en het promoten van hun producten. De uitdaging is om recht te doen aan hoe ondernemers (en inwoners) hun lokale identiteit ervaren. Om dit te faciliteren heeft de gemeente de ambitie om stakeholders binnen de sector recreatie en toerisme mee te laten denken over de inzet van een deel van de toeristenbelasting en over de invulling van de waarden die horen bij het verhaal van de draak.

2.4 Ontwikkelingsvisie

De kern van de opgave: van place to buy naar place to meet

Een marktscan laat zien dat niet alle beschikbare meters in onze gemeente ingevuld kunnen worden met winkels. We richten de **focus** op onze centra. Hier clusteren we zoveel mogelijk winkels, horecabedrijven (dit betekent ook dat we soort functies niet toevoegen op locaties buiten de centra) en andere consumentgerichte functies. Ook voegen we beleving toe aan de centra en bieden we meer ruimte voor ontmoeting. Zo ontwikkelen we onze centra van *place to buy* naar *place to meet* en kunnen we nog beter inspelen op de wensen en behoeften van kansrijke doelgroepen. Naast de inwoners, gaat het ook om de bezoekers vanuit de regio en toeristen. En zo zorgen we voor leefbaarheid en levendigheid in onze centra. Met als uiteindelijk gevolg een afname van de leegstand naar (maximaal) 10% in 2024.

Synergie door complementariteit en ruimtelijke clustering

Ieder centrum heeft een eigen (verzorgings)functie. Het centrum van Reuver is daarbij het hoofdcentrum en zorgt samen met de andere centra voor een complementair pakket van voorzieningen binnen onze gemeente. Offenbeek centrum richt zich vooral op de eigen inwoners en Beesel centrum heeft een functie voor de inwoners en toeristen.

Om ervoor te zorgen dat er synergie ontstaat tussen consumentgerichte functie tonen we **leef** en kiezen we voor ruimtelijke clustering. Met een gebiedsafbakening geven we binnen het centrum van Reuver aan waar we deze functies willen concentreren. Binnen dit gebied investeren we in de inrichting en de gebruiksmogelijkheden van de openbare ruimte. Zodat hier ook een aantrekkelijk verblijfsklimaat ontstaat waarbij we inspelen op de wensen en behoeften van kansrijke doelgroepen. Zo maken we het centrum ook aantrekkelijker voor ondernemers. Een schetsontwerp voor het centrum geeft zicht op de ingrepen die nodig zijn dit te bereiken. Voor gebieden buiten het centrumgebied bieden we ruimte voor transformatie naar andere functies dan winkels.

Aantrekkelijke centra vragen om samenwerking

De kernoverleggen binnen de gemeente laten zien dat er door samenwerking (**draakkracht**) tussen overheid, inwoners en ondernemers veel bereikt wordt. De centrummanager werkt aan een nieuw fundament onder de samenwerking tussen ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente binnen het centrum van Reuver. Via een uitvoeringsprogramma, dat hierna is uitgewerkt, krijgen de samenwerkende partijen concrete handvatten om samen de versterking van onze centra op te pakken.

03

Ontwikkelings-
perspectief
per centrum



3.1 Inleiding

Karakter, uitdagingen en acties

De drie centra hebben een eigen identiteit en karakter, en hebben met verschillende uitdagingen te maken (zie ook de bijlagen voor meer details). Deels zijn deze gemeentegrens-overschrijdend, deels zijn deze centrum-specifiek. In dit hoofdstuk zijn het karakter, het ontwikkelingsperspectief en de acties per kern beschreven. In het uitvoeringsprogramma zijn de acties en maatregelen nader uitgewerkt. Bij het functioneren van de centra kijken we naar verschillende factoren zoals weergegeven in het nevenstaande model (Figuur 2). In de bijlagerapportage hebben we voor elke kern de scores per aspect opgenomen. De beoordeling volgt uit diverse sessies en gesprekken met belanghebbenden.

Figuur 2: Analysemodel vitale centra



3.2 Beesel

Wie zijn we?

Beesel staat bekend als het Drakedörp. Dit is een verwijzing naar het Draaksteken dat al sinds 1736 wordt georganiseerd (immaterieel erfgoed). Daarnaast is Beesel ook bekend vanwege de keramiek. Het dorp kenmerkt zich door een sterke gemeenschapszin, betrokkenheid, saamhorigheid (veilige en verbonden gemeenschap) en een hechte samenwerking. Beesel heeft een fraaie en groene ligging nabij de Maas, op enige afstand van de A73.

Wat willen we?

Het ontwikkelingsperspectief voor Beesel is verwoord in de visie 'Blie in Beesel Drakedörp'. Deze visie is opgesteld met en door de bevolking en geeft richting aan de gewenste ontwikkeling van Beesel. De visie bevat gaat naast voorzieningen in het centrum ook in zaken als het aanbod aan woningen, de rol van het verenigingsleven en de uitstraling van de gehele kern. Beesel wil een voorzieningenaanbod in het centrum dat aansluit bij de wensen en behoeften van de inwoners en toeristen en dat bijdraagt aan de aantrekkelijkheid van de kern Beesel als woondorp. Naast de te behouden commerciële voorzieningen is daarbij ook ruimte voor verenigingen, sport en onderwijs van groot belang. Verder willen we de complementariteit ten opzichte van Reuver waarborgen.



"Doorpakken op de visie 'Blie in Beesel Drakedörp'"



Identiteit Beesel



Beesel is een prachtig voorbeeld hoe de eigen lokale identiteit ingezet wordt in de profilering van een gebied. Ook laat Beesel zien dat een gezamenlijk verhaal helpt om de samenwerking tussen verschillende stakeholders te bevorderen.

Wat is nodig om het centrum te versterken?

Het uitgesproken karakter van Beesel dat duidelijk tot uiting komt in de aanwezigheid van de draak en de uitstraling van de entrees en de openbare ruimte moet gekoesterd worden.

Verschillende partijen kennen elkaar goed en zijn zeer betrokken bij het dorp. Het kernoverleg fungeert hierbij als spin in het web, speelt een actieve rol en pakt verschillende projecten/acties op (denk bijvoorbeeld aan het communicatiemiddel/de app die voor het dorp en haar gasten wordt ontwikkeld). De samenwerking met de gemeente kan worden versterkt door afspraken met de gemeentelijke accountmanager voor het kernoverleg te maken over rollen, inzet en inbreng.

Verschillende partijen (eigenaren winkels, ondernemers, organisaties binnen de gezondheidszorg met ruimtevragen, basisschool, kerk, verenigingen) zijn op en voor verschillende locaties met idee- en planvorming bezig. Door het beter verknopen van verschillende ruimtelijke ontwikkelingen en partijen, kunnen koppelkansen gecreëerd worden. De gemeente kan daarin de regie nemen.

Het aanbod van horeca en (met name) winkels staat onder druk. Via gesprekken met individuele bedrijven ontstaat meer zicht op het bedrijfseconomisch functioneren (nu en op termijn). Ook kunnen mogelijkheden voor verplaatsing/herverkaveling verkend worden. De kansen om via samenwerking de toeristische potenties van het Drakedörp beter te benutten, kunnen in beeld worden gebracht. Denk bijvoorbeeld aan het ontwikkelen van gezamenlijke producten of consumentenacties. Een professional kan daarbij individuele ondernemers adviseren over de bedrijfsvoering en kansen voor verplaatsing en samenwerking in beeld brengen.

3.3 Offenbeek

Wie zijn we?

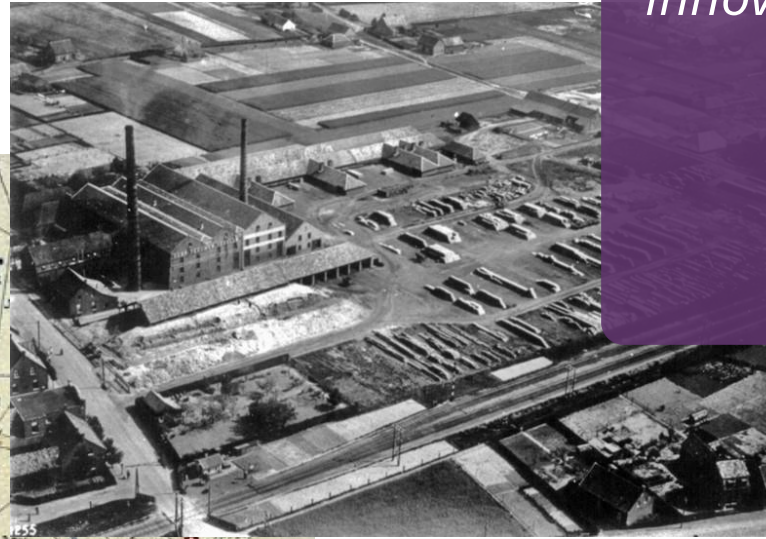
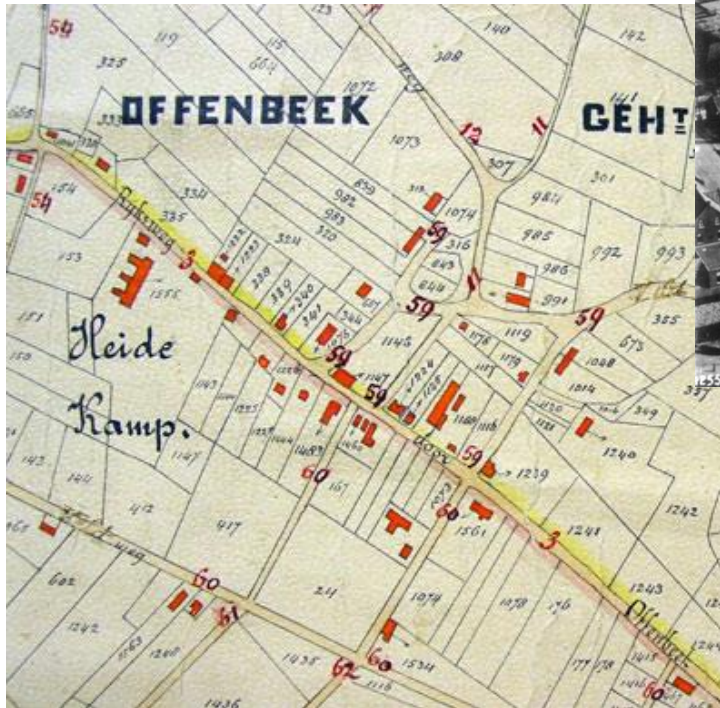
Centraal in de ontstaansgeschiedenis van Offenbeek staat de maak- en de kleiwarenindustrie (vooral dakpannen en gresbuizen). De schoorsteen en het voormalig fabrieksgebouw voor de school op het terrein van Oppe Brik verwijzen daar naar. Dit industriële karakter komt ook tot uiting in de vele ‘verdwenen’ sporen die het dorp rijk is. Zo liep er vroeger een spoorlijn voor de industrie door het dorp naar de grens met Duitsland. De Keulseweg is lange tijd een belangrijke (toeristische) as geweest waaraan nog steeds verschillende bedrijven zich bevinden. Daarnaast heeft de st. Barbarakapel achter de (voormalige) kerk in het park veel betekenis voor het dorp. Dit geldt ook voor de nabijgelegen natuurgebieden, de ligging nabij het Pieterpad, de Duitse grens en het beschermd dorpsgezicht Ronckenstein. Evenementen als de kerstmarkt en het ‘joekskapellen’ dragen bij aan de beleving (van de identiteit). Voor de inwoners van Offenbeek maken gebruik van de voorzieningen in de eigen kern en van de voorzieningen in het nabij gelegen centrum van Reuver.



“Ontmoeten en verblijven in een aantrekkelijke omgeving”



Identiteit Offenbeek



Innovatief Offenbeek

Offenbeek heeft een relatief jonge geschiedenis die vooral bepaald wordt door de aanwezigheid van de kleiwarenindustrie. Deze industrie zorgde voor een snelle groei van het aantal inwoners in de 20^e eeuw. Oppe Brik en het voormalig kerkgebouw zijn enkele van de weinige nog aanwezige tastbare herinneringen aan deze tijd.

Wat willen we?

Meer beleving, levendigheid en ontmoetingsruimte binnen het centrum zodat bestaande klanten het centrum blijvend weten te vinden, en voorzieningen behouden blijven, dat is de opgave voor Offenbeek. Het kernoverleg ontwikkelt een visie voor de versterking van de kern. Naast de aandacht voor voorzieningen, gaat deze visie in op thema's als centrumactiviteiten, ontmoeten/bewegen/spelen, parkeren/verkeer/bedrijvigheid en duurzaamheid/milieu/circulaire economie. De voorzieningen in Offenbeek moeten complementair zijn aan het centrum van Reuver. Dat geldt ook voor Oppe Brik. Daarbij heeft een voorziening zoals XBAZE Jump Arena eveneens een functie voor de hele gemeente.

Wat is nodig om het centrum te versterken?

Het kernoverleg is in het verlengde van haar eigen visie en deze beleidsvisie gestart met gesprekken met ondernemers over de mogelijkheden van fysieke ontmoetingsruimte.

In 2021 zijn ingrepen in de waterleidingen/rioleringen gepland. Een logisch moment om tegelijkertijd ook andere ingrepen in de openbare ruimte uit te voeren. Bij het gezamenlijk (bewoners, ondernemers en gemeente) opstellen van het ontwerp/plan kan daarbij rekening worden gehouden.

Als input daarvoor wordt een kansenkaart ontwikkeld door het kernoverleg. Deze geeft een ruimtelijk beeld van de integrale versterking van het centrum. Daarbij wordt ingegaan op de onveilige verkeerssituatie voor de Jan Linders, de mogelijkheden om parkeervoorzieningen beter te benutten, ruimte voor voorzieningen voor fietsers (informatieborden met een relatie naar de historie van Offenbeek, oplaadpunt, watertappunt e.d.). Verder is er aandacht voor het verblijfsklimaat, beleving in het centrum via groen, ontmoetingsmogelijkheden (activiteiten, spelen/bewegen) en koppelkansen voor bijvoorbeeld breedbandinternet (mogelijk ook voor andere gebieden relevant). De kaart geeft ook zicht op de mogelijkheden om de ruimtelijke samenhang tussen het plein, de kerk, de kapel, het park en omgeving van de kruising van de Keulseweg en de Pater Claretstraat te versterken (en kijkt ook naar de locatie van de milieustraat). Op korte termijn kunnen gemeente en kernoverleg overigens al praktische werkafspraken maken over vuil (bij de milieustraat) en het onderhoud van de openbare ruimte.

Met een evenement voor en door bewoners en ondernemers na realisatie van de ingrepen in de waterleidingen/rioleringen wordt het succes van samenwerking gevierd. Het is aan betrokken partijen om dit evenement te ontwikkelen en organiseren.

3.4 Reuver

Wie zijn we?

Reuver stond ooit bekend als rustplek, een pleisterplaats op de kruising van de routes Maastricht-Arnhem en Keulen-Antwerpen. Er was een herberg met de naam Reuver (middeleeuwse benaming voor roofvogel), waar het dorp zijn naam aan ontleend. Ook vandaag de dag is Reuver goed bereikbaar door aanwezigheid van een OV-station en de nabijheid van de A73. Daarbij kent het dorp een gunstige ligging ten opzichte van Venlo, Roermond en de Duitse grens. Het centrum heeft een functie voor de gehele gemeente, met een divers aanbod aan voorzieningen (winkels, horeca, cultuur, zorg en dienstverleners). Diverse monumenten zijn aanwezig (zowel gemeentelijk als Rijksmonumenten). De kloostertuin/park en het oude Raadhuis zijn (verborgen) schatten. Reuver heeft een centrale plek 'In het spoor van de Draak'.

Wat willen we?

Reuver is de hoofdkern voor de hele gemeente en moet zich ontwikkelen van place to buy naar place to meet. Het dagelijkse artikelenaanbod (supermarkten, drogisten, levensmiddelspecialzaken) in combinatie met winkels in de niet-dagelijkse artikelensector die relatief doelgericht bezocht worden (aanvullend aan het boodschappen doen) vormen een belangrijk deel van het voorzieningenaanbod. De horeca, diverse commerciële en maatschappelijke dienstverleners, de warenmarkt, de kermis en tal van evenementen vormen daarop een waardevolle aanvulling. En bieden aanleiding tot ontmoeting en zorgen voor beleving. Ook voor bezoekers vanuit de regio en daarbuiten (toeristen).



“Prettig verblijven,
ontmoeten en
boodschappen doen
in de hoofdkern van
de gemeente”



Identiteit Reuver



© Heernkundevereniging Maas- en Swalmdal



Reuver als pleisterplaats

De historische ligging van Reuver tussen verschillende grote steden maakte het dorp tot een belangrijke historische pleisterplaats, een rustpunt voor reizigers onderweg van de ene naar de andere grote stad. Zoals de historische foto's laten zien, speelde groen daarbij een belangrijke rol.

Versterken onderscheidend vermogen

Het centrum heeft in beperkte mate een functie voor het winkelen (kijken en vergelijken). Venlo en Roermond hebben op dat vlak veel meer te bieden. Die concurrentie gaan we niet aan. We richten ons op onze eigen kwaliteiten. We zien kansen om het onderscheidend vermogen te versterken. Bijvoorbeeld via horeca als smaakmaker en verbinder (tussen functies, dag en avond). Horeca zorgt ook met haar terrassen voor beleving. Zij vervult ook een sleutelrol in het binden en verleiden van de toerist. We zien ruimte voor een impuls met restaurant gericht op het bovengemiddelde marktsegment. Blending (een mix van functies zowel commerciële als niet-commercieel onder een dak) kan daar een bijdrage aan leveren (zie het bijlagenrapport voor een nadere toelichting op dit begrip).

Samen doorpakken op de ingeslagen weg

De samenwerking binnen het centrum is nog fragiel. Zowel binnen het kernoverleg als tussen ondernemers. De centrummanager werkt aan het herstellen van verbindingen en is op zoek naar inhoudelijke 'voertuigen' voor samenwerking, naar nieuwe concepten voor winkelleegstand en werkt aan een structureel overleg tussen vastgoedeigenaren. We willen voortbouwen op de bereikte resultaten.

Parkeren, bereikbaarheid en verkeersveiligheid op orde

Het parkeren (parkeren als service) en de bereikbaarheid moet op orde zijn. De parkeermogelijkheden aan de randen van het centrum kunnen beter benut worden. We willen meer ruimte geven aan de voetganger en fietser (evenals minder-validen). De verkeersveiligheid, met name op de Rijksweg, moet verbeteren.

Het kernwinkelgebied moet compacter worden

Uit de marktscan (zie bijlage), blijkt dat er zeer beperkt mogelijkheden zijn voor het toevoegen van detailhandel. Een clustering en ruimtelijke concentratie van consumentgerichte functies en bedrijven draagt bij aan de synergie en vergroot de aantrekkelijkheid van het centrum. Zeker als de omgeving ook uitnodigt tot een verblijf in het centrum. Dit vereist focus. Op pagina 24 is het gebied afgebakend dat we vooralsnog als kerngebied zien.

Karakter deelgebieden versterken

Binnen dit kerngebied onderscheiden we deelgebieden. Elk deelgebied heeft zijn eigen profiel/karakter. De beelden op pagina 24 laten ook zien hoe dit met een bijpassende inrichting versterkt kan worden. De Kloostertuin is een verborgen schat die bij het centrum betrokken moet worden. Het Raadhuisplein, De Passage, de noordelijke entree (deze heeft vooral een entreefunctie voor het centrum en het park, detailhandel is hier geen must) zijn prioritaire locaties die om een eigen aanpak vragen.

Consequenties voor locaties buiten het centrum

Met de focus op het centrum en de ingrepen in de openbare ruimte creëren we een aantrekkelijke vestigingslocatie voor de hiervoor beschreven commerciële functies. Het centrum wordt ook een locatie waar bedrijven die bijvoorbeeld vanuit huis zijn gestart, kunnen doorgroeien. Door clustering van bepaalde type winkels en horeca wordt een sterker onderscheid aangebracht tussen het centrum en locaties daarbuiten.

Op sommige plekken binnen het centrum zien we gezien de woonvisie ook kansen voor woningen voor jongeren/starters en ouderen/zorgbehoevenden. Deze focus heeft ook consequenties voor locaties buiten het centrum. Daar willen we ruimte bieden voor transformatie. Afhankelijk van de locatie kan gedacht worden aan wonen (de woonvisie vormt daarvoor het kader). Daarnaast zien we kansen voor bedrijvigheid om andere sectoren die zich goed ontwikkelen ruimte te geven (zoals verhuur, specialistische en overige zakelijke diensten). Bijvoorbeeld voor de transformatie van de langdurige leegstand aan de Parallelweg.

Ruimtelijke deelgebieden met eigenheid/identiteit én opgave



Wat is nodig om het centrum te versterken?

Het versterken van het centrum van Reuver vraagt om een aanpak op verschillende sporen. Sommige acties kunnen direct opgepakt worden, anderen vragen om nader onderzoek en/of uitwerking.

1. *Het economisch versterken van het centrum*

Het economisch versterken van het centrum van Reuver vraagt om het uitwerken van de gebiedsafbakening op de voorgaande pagina in beleid (wat betreft detailhandel, horeca, parkeren, terrassen, markt, kermis e.d.) en planologische kaders. Deze visie vormt hiervoor de basis. Hiermee ontstaat duidelijkheid voor ondernemers en vastgoedeigenaren. Ook wordt zo voorzienbaarheid gecreëerd. Belangrijk is daarbij om ook transformatie naar andere functies mogelijk te maken.

Verder moeten gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren de rode loper uitleggen om nieuwe initiatieven, maar ook verplaatsters, te begeleiden en ondersteunen. Met een win-je-winkel actie worden ondernemers uitgedaagd om te ondernemen in Reuver. Aanvullend gaan ervaren ondernemers jonge/nieuwe ondernemers coachen. Via een pandenbank wordt informatie verzameld over omvang, bestemming, huurprijs, invulling/beschikbaarheid, eigenaar e.d. Zo kunnen nieuwe ondernemers, maar ook verplaatsters, ook begeleid worden..

Via een vastgoedoverleg wordt de samenwerking met eigenaren vormgegeven. Voor de hiervoor genoemde punten, maar ook voor kennis en informatie-uitwisseling.

Daarnaast zullen de prioritaire locaties Passage en de noordelijke entree ook actief opgepakt moeten worden. Door hier te nemen starten samen met betrokken partijen met planvorming als uitwerking van deze beleidsvisie.

Ook wordt er financieel instrumentarium uitgewerkt. Denk daarbij aan een stimuleringsregeling voor het ondersteunen van passende initiatieven (nieuwvestigers en verplaatsters) middels een financiële bijdrage in bijvoorbeeld fysieke ingrepen om een pand geschikt te maken. Mogelijk dat deze gevoed kan worden vanuit een kwaliteitsfonds. Dit wordt nader onderzocht. Evenals de mogelijkheid van de leegstandsverordening als 'stok achter de deur'.

De centrummanager krijgt een belangrijke rol in de uitvoering als trekker. Uiteraard in samenwerking met vastgoedeigenaren (via het vastgoedoverleg), ondernemers en gemeente.

2. Kansrijke doelgroepen verleiden om (vaker) Reuver te bezoeken

In het bijlagenrapport is een nadere toelichting opgenomen op kansrijke doelgroepen voor het centrum van Reuver. Met gezamenlijke consumentenacties en communicatie-uitingen kunnen deze aangesproken worden. Het voucherboekje is daar een concreet voorbeeld van. Hier wordt door ondernemers met ondersteuning van de centrummanager nu ook nadere uitwerking aan gegeven voor het centrum in de vorm van een boekje voor het centrum. In het centrum worden tal van evenementen georganiseerd die voor inwoners en toeristen volop aanleiding geven om het centrum te bezoeken en te beleven. Met een evenementenkalender voor deze doelgroepen ontstaat een aansprekend overzicht van wat het centrum op dat vlak te bieden heeft. Met deze concrete acties worden zichtbare resultaten bereikt. Hierdoor wordt ook de meerwaarde van samenwerking zichtbaar. En wordt een basis gelegd om gezamenlijk te werken aan een promotieplan. Een plan om langjarig met elkaar gericht middelen en kanalen in te zetten om de consument te informeren en te verleiden. De identiteit en kernwaarden van Reuver vormen daarvoor het vertrekpunt.

3. Een goed bereikbaar, verkeersveilig centrum met parkeren als service

Het schetsontwerp heeft mede als doel om de bereikbaarheid, het parkeren en de verkeersveiligheid in het centrum te waarborgen en/of te versterken. Daarnaast doet het ontwerp ook uitspraken over de mogelijkheden om te zorgen voor meer sfeer en beleving. Dit schetsontwerp moet worden uitgewerkt in een programma van eisen, programma van duurzaamheid om daarna via een voorlopig en daaropvolgend definitief ontwerp de stap naar realisatie te maken. Het schetsontwerp is opgenomen als separate rapportage.

4. Een sfeervol centrum

Het schetsontwerp heeft ook een rol in het vergroten van de sfeer. Zo bevat het maatregelen om te komen tot herkenbare entrees met groen en banieren. Ook voorziet het ontwerp in het toevoegen van groen. Waarbij ook ondernemers en bewoners hebben aangegeven dit te willen adopteren. De wijze waarop, moet nader uitgewerkt worden. Bewoners en ondernemers krijgen, en willen, een actieve rol bij het ontwikkelen van acties/evenementen om het verhaal van Reuver zichtbaar te maken. Ook in het park. Placemaking noemen we dit. Sfeerverlichting draagt in de wintermaanden bij aan een prettig verblijf en sfeer.

5. Handhaven van de basisvoorwaarden schoon, heel en veilig

Het centrum moet schoon, heel en veilig zijn. Met een jaarlijkse schouw als onderdeel van de aanpak Keurmerk Veilig Ondernemen gaan ondernemers, vastgoedeigenaren, gemeente, politie en brandweer daar samen mee aan de slag.

6. Uitbouwen van de samenwerking

Het proces richting deze beleidsvisie en de inzet van de centrummanager zorgen voor het versterken van samenwerking tussen ondernemers, vastgoedeigenaren, gemeente en bewoners. Met de hiervoor genoemde acties kan die samenwerking verder worden versterkt. 2020 is daarbij een overgangsjaar om de basis die is gelegd, verder uit te bouwen. In 2020 zal daarmee ook moeten worden gekeken naar een manier, structuur, om de samenwerking langjarig vorm te geven. De voorgenoemde acties en projecten helpen om meer positieve ervaring op te doen met samenwerking en om meer gevoel en zicht te krijgen op de best passende samenwerkingsvorm. De inhoud, de activiteiten, zijn daarbij leidend. Daarbij mag niet vergeten worden dat activiteiten inzet vragen. Zowel in termen van tijd als geld. Dit betekent dat in het overgangsjaar ook goed gekeken moet worden naar de mogelijkheden van structurele financiering waarbij alle partijen een bijdrage leveren.

3.5 Samenwerking tussen de centra

Hoewel elke kern verschillend is en een eigen aanpak vraagt, zijn er ook een aantal gezamenlijke uitdagingen.

Zo is vragen de basisvoorwaarden schoon, heel en veilig in iedere kern om aandacht. Met een jaarlijkse schouw als onderdeel van de aanpak Keurmerk Veilig Ondernemen gaan ondernemers, vastgoedeigenaren, gemeente, politie en brandweer in alle centra aan slag.

Bedrijfsopvolging, bedrijfsverplaatsing en het starten van een nieuwe onderneming zijn vraagstukken die in alle centra leven. Belangrijk om een loket te hebben voor deze vraagstukken. Daarbij zoeken we de samenwerking met deskundige partners zoals het Retail Innovatie Centre, Ondernemersklankbord Limburg en financiële dienstverleners.

Daarnaast leert het proces naar deze beleidsvisie ook dat de verschillende kernen/centra van elkaar aanpak en werkwijze kunnen leveren. Met een periodiek drie-kernenoverleg zorgen we ervoor dat kennis en ervaring wordt uitgewisseld, en dat kansen voor samenwerking tussen de centra worden verzilverd.

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

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

John Bardoel
Joost Gieling

