

Toelichting bijeenkomsten

In Tabel 2 staat een korte beschrijving van elk van de participatiemogelijkheden. Tijdens het traject heeft *placemaking* ook een nadrukkelijke plek gekregen: een vraaggerichte aanpak om openbare ruimtes te verbeteren, waarbij de gebruikers van een plek centraal staan. Stadschoreograaf Martijn van Dijck (Splaces) heeft hiertoe zijn expertise ingezet als spreker en als begeleider van een aantal StraatPraat-sessies. Tijdens deze sessies zijn verschillende locaties in Uden centrum door deelnemers in beoordeeld, en de bevindingen zijn vervolgens in korte pitches met elkaar gedeeld.

Bij de werksessies is er gekozen voor een verdeling in algemene sessies en sessies waarin de nadruk meer werd gelegd op de belangen van ondernemers in Uden centrum. Van beide soorten werksessies hebben twee rondes plaatsgevonden, waarbij er na een verkenning van de onderwerpen een verdiepingsslag plaatsvond. Ter stimulering van de discussie is er tijdens de verschillende sessies met groepsopdrachten en concrete vraagstellingen gewerkt.

Omdat er tijdens de werksessies weinig jongeren bleken aan te sluiten, hebben we een extra sessie georganiseerd met scholieren van het Udens College om ook hun visie op het centrum te horen.

Datum	Soort	Doel
12 juni	Startbijeenkomst	Informereren over traject; bewustwording (belang van goede centrumvisie; inspireren over retailontwikkelingen; ophalen eerste input over toekomst Uden centrum via het maken van een ansichtkaart als groepsopdracht.
25 september	Kick-off werksessies	Informereren over doel van werksessies; inspireren via presentatie over placemaking; ophalen plekken van betekenis via stickers van plattegrond van Uden centrum.
16 en 30 oktober	Werksessies algemeen	Verkenning en verdieping van belangrijke thema's in kleine groepen met (overwegend) bewoners.
17 en 31 oktober	Werksessies ondernemerschap	Verkenning en verdieping van belangrijke thema's met (overwegend) ondernemers.
28 september 2 oktober	StraatPraat-sessie	Met behulp van de <i>placemaking</i> -methodiek de straat op om verschillende locaties in Uden centrum te beoordelen.
8 november	Jongerensessie met scholieren Udens College	Input ophalen over de visie van jongeren op de toekomst van Uden centrum via een interactieve quiz en StraatPraat-sessie.
13 november	Terugkoppeling	Delen van bevindingen uit verschillende sessies, bespreken van dilemma's/keuzes
19 november – 4 december	Enquête	Toetsen opgehaalde input bij breder publiek, inclusief prioritering.

Tabel Overzicht participatietraject

Toelichting enquête

Half november hebben we een online enquête ontwikkeld om de tot dan toe opgehaalde ideeën voor de toekomst van Uden centrum te toetsen bij een bredere groep belanghebbenden. De onderwerpen voor de enquête zijn gedestilleerd uit de opbrengsten van de verschillende participatiesessies. Een aantal van de vragen uit de enquête is vooraf tijdens de terugkoppeling op 13 november ook via een interactieve quiz aan de aanwezigen gesteld. Doel daarbij was vooral om discussie op gang te brengen; de desbetreffende vragen zijn vervolgens verder aangescherpt en uitgebreid voor in de enquête.

We beoogden om via de enquête ook bij uitstek degenen te bereiken die tot dan toe nog niet hadden deelgenomen aan de verschillende bijeenkomsten. We wilden graag de verzamelde ideeën bij hen toetsen en een indicatie krijgen van prioriteiten en aandachtspunten voor in de centrumvisie. Deelname aan de enquête was mogelijk tussen 19 november en 4 december, en hierover is via verschillende kanalen gecommuniceerd (zie Tabel 1). In totaal hebben 150 mensen aan de enquête deelgenomen, van wie 37% in de leeftijdsgroep van 46-60 jaar en 24% in de categorie 31-45 jaar. De grote meerderheid van de respondenten bestond uit bewoners (74%), gevolgd door detailhandel (8%).

Bevindingen

De verschillende participatiemomenten hebben waardevolle input opgeleverd, waaruit we vijf hoofdthema's hebben gedestilleerd die we hieronder toelichten. Deze thema's zijn:

1. beleving en levendig
2. economisch vitaal
3. groen
4. toegankelijk
5. herkenbaar en onderscheidend

Naast de uitkomsten op strategisch niveau, is er ook veel input opgehaald die in de uitwerking richting centrumvisie en uitvoeringsprogramma heel bruikbaar zal zijn. Zo zijn er talloze voorbeelden genoemd van concrete toepassingen op specifieke plekken in Uden centrum. Ten behoeve van het huidige kader schetsen we echter vooral de ideeën op een meer strategisch niveau.

De belangrijkste en meest opvallende bevindingen uit de enquête benoemen we hieronder ook; de meer gedetailleerde output is beschikbaar via de projectpagina. De gesloten vragen werden overwegend beantwoord op een schaal van 1 (helemaal oneens/zeer onbelangrijk/zeer ongeschikt/niet kansrijk) tot 5 (helemaal eens/zeer belangrijk/zeer geschikt/zeer kansrijk). De antwoorden op de open vragen zijn nog niet geanalyseerd; deze zullen worden meegenomen in de vervolgstappen richting centrumvisie.

Bevindingen op basis van de bijeenkomsten en enquête

Beleving en levendig

Er is behoefte aan een levendig centrum waar op verschillende tijden van de dag en momenten van de week iets te beleven valt. Een plek om elkaar te ontmoeten, voor verschillende doelgroepen, waarbij er meer aandacht moet komen voor de leeftijdsgroep van 13-24 jaar. Er wordt vaak gesproken over het multifunctioneel inrichten van pleinen; in de enquête is 41% het helemaal eens en 28% het eens met deze manier om het centrum levendiger en leefbaarder te maken. Tevens is er animo voor beweegroutes om beweging in het centrum te stimuleren. Over ruimere openingstijden is men verdeeld binnen de context van beleving en levendigheid; over meer wonen in het centrum is men wel enthousiast.

Het wordt belangrijk bevonden dat de openbare ruimte aantrekkelijk is, onder andere door deze te vergroenen, gevels op te knappen, goed onderhoud te plegen en verlichting te verbeteren. In de enquête wordt verlichting door 44% van de deelnemers als zeer belangrijk ervaren, gevolgd door 'meer groen' (39%), teneinde de openbare ruimte mooier te maken. Ook kwamen openbare toiletten in zowel de bijeenkomsten als de enquête als belangrijk naar voren. Zitplekken waar gebruik van kan worden gemaakt zonder te hoeven consumeren vindt men ook belangrijk, en daarnaast zou men graag meer straatkunst willen zien.

De Markt werd tijdens de sessies vaak als voorbeeld aangehaald van een plek die men graag anders zou willen inrichten, als voorbeeld van een 'place to be'. Er werden echter tevens zorgen geuit over of er bij een nieuwe inrichting dan nog wel plek is voor evenementen en activiteiten. Uit

de enquête kwam naar voren dat men evenementen, de weekmarkt en de versmarkt als heel belangrijk ervaart op de Markt (alle drie circa 55% zeer belangrijk en 25% belangrijk). De Markt als een groene zone en/of met een parkfunctie wordt door 36% als zeer belangrijk bevonden en door 20% als belangrijk. Aan parkeren op de Markt hecht men relatief de minste waarde van de bevraagde functies op die plek (27% zeer belangrijk; 13% belangrijk).

Economisch vitaal

Funciemenging werd op vele verschillende momenten benoemd als een essentieel aspect voor een (economisch) vitaal centrum. Ook is er behoefte aan een compact centrum, een meer typisch Udens aanbod en creativiteit. Het inzetten van activiteiten en evenementen wordt ook genoemd in dit kader. Er is qua functies in het centrum vooral veel behoefte aan ontmoetingsplekken (84% ja), gevolgd door wonen (73% ja) en kunst en cultuur (72% ja). Het minste animo is er voor meer onderwijs/educatie in het centrum (63% nee) en voor werkplekken/een bedrijfsverzamelgebouw (59% nee).

Leegstand wordt als een groot probleem ervaren en kwam vaak ter sprake tijdens de bijeenkomsten. In de enquête werd de aanpak van leegstand zelfs door 50% van de respondenten als eerste prioriteit gezien voor de centrumvisie. Dit werd gevolgd door het verhogen van de diversiteit aan functies en vergroening van het centrum. Men schat de verlaging van huur door pandeigenaren vooral in als kansrijke maatregel tegen leegstand (63% zeer kansrijk). Daarnaast acht men een betere samenwerking tussen ondernemers/vastgoed/gemeente ook waardevol (43% zeer kansrijk; 33% kansrijk). Als geschikte invulling van leegstaande panden ziet men vooral retail (43% zeer geschikt) en tijdelijk ondernemerschap (38% zeer geschikt). Men is relatief het minst enthousiast over het mogelijk maken van wonen in leegstaande panden.

Groen

Over het belang van het vergroenen van Uden centrum leek vrijwel iedereen het eens te zijn; dit kwam veelvuldig naar voren tijdens de bijeenkomsten. Uit de enquête kwam naar voren dat het belangrijkste doel bij vergroenen een mooier centrum is, gevolgd door het idee vergroenen goed is voor het imago van Uden. De minst belangrijke doelstelling is het vergroten van biodiversiteit. De pleinen worden als belangrijkste kandidaat gezien voor vergroenen (55% op plek 1), gevolgd door straten, gevels en tot slot daken. Tijdens de sessies werd ook gesproken over de sociale functie van groen: het creëren van aangename ontmoetingsplekken. Daarnaast wordt het belang ingezien van klimaatadaptatie, waaronder het voorkomen van wateroverlast en hittestress. Ook was er aandacht voor andere thema's op het gebied van duurzaamheid, zoals de circulaire economie, elektrisch vervoer, deelvervoer en het beperken van uitlaatgassen.

Toegankelijk

Als belangrijk uitgangspunt kwam naar voren dat Uden centrum voor iedereen toegankelijk moet zijn. Dit houdt onder andere in dat het centrum bereikbaar moet zijn voor verschillende doelgroepen, waarbij er een duidelijke behoefte is aan een betere bewegwijzering. Qua verkeerstromen vormen volgens de enquête voetgangers de belangrijkste doelgroep, gevolgd door fietsers, OV en in de laatste plaats auto's. Een heel nadrukkelijk aandachtspunt hierbij is veiligheid: op verschillende plekken in de stad wordt het verkeer als onveilig ervaren, onder andere vanwege onduidelijke afscheidingen tussen verkeersstromen. Uit zowel de sessies als de enquête kwam ook het belang van een HOV-verbinding naar voren die Uden beter verbindt met bijvoorbeeld Eindhoven, Nijmegen en Den Bosch. In de enquête werd dit op het gebied van toegankelijkheid door 48% als zeer belangrijk ervaren. Overige aandachtspunten waren meer (bewaakte) fietsparkeervoorzieningen en een betere verbinding tussen het centrum en daarbuiten (allebei door 40% als zeer belangrijk ervaren). Er werden ook ideeën aangedragen voor het inzetten van groen en kunst/cultuur om de routes en verbindingen beter te duiden. Een hub en overstapplaats (buiten het centrum) worden ook genoemd als manier om Uden centrum toegankelijker te maken.

Wat betreft de rol van auto's vond 73% van de respondenten dat de capaciteit van parkeergarages beter moet worden benut. Ook wil men verbeterde informatievoorziening over parkeerroutes en beschikbaarheid. Over binnen de ring alleen kort parkeren was men verdeeld. Uit de sessies kwam veel naar voren dat men het zonde vindt dat er op meerdere pleinen in het centrum wordt geparkeerd, omdat men liever niet het 'uitzicht op blik' wil. Dit geldt met name voor de Markt. Uit de enquête kwam dan ook naar voren dat 56% vindt dat de Markt autovrij zou moeten zijn. Als meest geschikte alternatieve parkeerlocatie, als andere plekken komen te vervallen, kwam het PNEM-terrein naar voren (83% eens). De minst geschikte locatie vond men de Leeuweriksweg.

Herkenbaar en onderscheidend

Tijdens meerdere sessies kwam naar voren dat er een behoefte is aan een sterker merk Uden. Met andere woorden, een duidelijkere positionering van wat Uden is en te bieden heeft. Deze behoefte kwam bij ondernemers naar voren, maar ook bij bewoners. Men is trots op Uden en wil dat dit meer wordt uitgedragen, waarbij er een eenheid wordt uitgestraald. Hierbij moet de historie en het cultureel erfgoed van Uden bijvoorbeeld zichtbaarder worden en beter aan elkaar verbonden worden. Een typisch Udens aanbod, een couleur locale, en streekproducten worden ook genoemd. Ook activiteiten en evenementen kunnen bijdragen aan een meer herkenbare Udense identiteit.