



CONCEPT



MEMO

INTERN

Zaakdossier:

Van : Kernteam Centrumvisie

Aan : College en Raad

Datum : 12 december 2019

Betreft : Strategische Uitgangspunten Centrumvisie Uden

Waarom een Centrumvisie

Het centrumgebied is een belangrijk visitekaartje van Uden. Hier komen inwoners van de gemeente Uden, maar ook van daarbuiten, naartoe om te winkelen, elkaar te ontmoeten en de verschillende (publieke) functies te bezoeken. De vitaliteit van het centrum staat echter de laatste jaren onder druk. Door o.a. maatschappelijke ontwikkelingen (zoals internet winkelen), leegstand en op bepaalde plekken een afname van kwaliteit van de openbare ruimte, is het minder aantrekkelijk voor bewoners en bezoekers, maar ook voor (nieuwe) ondernemers. Om dit tegen te gaan is in de Omgevingsvisie Uden 2015 onder andere opgenomen dat het centrum zijn regionale functie moet behouden. Daarnaast zijn er nieuwe opgaven die een plek moeten krijgen in het centrum.

Om dat compacte winkelcentrum heen ligt een zone (met parkeer- en verblijfspleinen en woningen gecombineerd met centrum gerelateerde functies) die een sterke relatie heeft met het centrum, maar waarop de gemeente geen visie heeft hoe deze zich in de toekomst kan ontwikkelen. Een heldere en actuele visie op het gehele centrum, met de daarmee ruimtelijke en functioneel samenhangende centrumranden helpt de gemeente om vanuit een duidelijk toekomstbeeld te sturen op een aantrekkelijk en concurrerend centrum.

Het werkbezoek aan Kopenhagen heeft deze opgave bevestigd. Door dit bezoek is sterk benadrukt, dat de betekenis van binnensteden sterk aan het veranderen is. Dat dit vooral zijn weerslag heeft op middelgrote steden (volgens Nederlandse begrippen) bleek vervolgens uit de analyse die Platform 31 heeft gedaan voor Midsized gemeenten. Het bezoek heeft ook een waardevol netwerk opgeleverd waarin de zeven Midsized gemeenten kennis en ervaringen delen. Dit samen heeft het gevoel van urgentie om met het centrum aan de slag te gaan vergroot.

Wat willen we bereiken

Wij zetten in op een toekomstbestendig en bruisend centrum, waar het goed wonen, werken, ondernemen en toeven is en dat het verzorgingsgebied van de regio blijft. Door het in gang zetten van een accentverschuiving van een place to buy naar een place to be en een place to need: Nieuwe ontwikkelingen leiden tot meerwaarde in de vorm van betekenisvolle plekken. En daarbij draagvlak te creëren bij de ondernemers, inwoners, vastgoedeigenaren en andere belanghebbenden. Door hen nadrukkelijk te betrekken bij het opstellen van de visie en daadwerkelijk een positieve verandering op gang proberen te brengen.

Hoe ziet het proces eruit

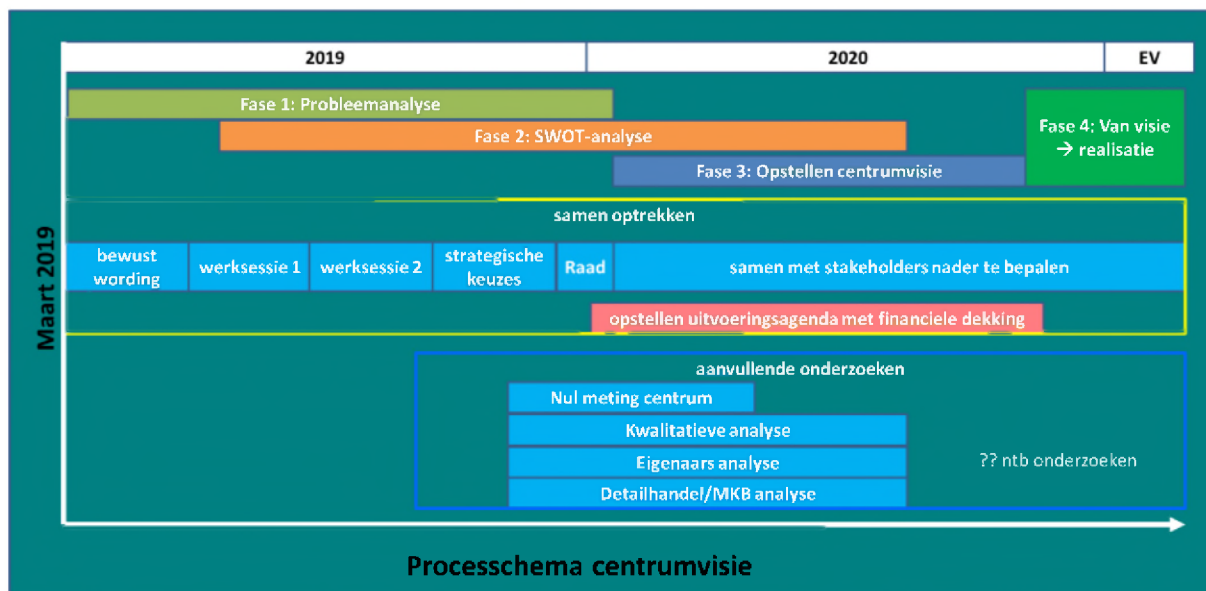
We onderscheiden voor het opstellen van de Centrumvisie vier fasen:

Fase 1: Probleemanalyse (onderdeel van bewustwording 2019)

Fase 2: SWOT-analyse (onderdeel van bewustwording 2019)

Fase 3: Opstellen centrumvisie (strategische keuzes 2019, opstellen 2020 met nieuwe budgetten)

Fase 4: Van visie naar realisatie (uitvoeringsagenda 2020)



In april van dit jaar hebben wij uw raad middels een raadsinformatienota aangegeven, dat wij u allereerst de Strategische Uitgangspunten voorleggen ter besluitvorming, alvorens wij de Centrumvisie gaan opstellen (start fase 3). Nadat uw raad de Strategische Uitgangspunten heeft vastgesteld, gaan wij deze vertalen naar de Centrumvisie als onderdeel van fase 3. De stakeholders blijven intensief betrokken, zowel inhoudelijk als bij de opzet van het proces om ook gezamenlijk een verandering in gang zetten. Bij het opstellen van de uitvoeringsagenda met een financiële paragraaf, gaan we op zoek naar een kansrijke aanpak voor deelprojecten (waar de gemeente geen eigendom heeft). Vragen die zich hierbij voordoen:

- Hoe ga je om met versnipperd grondeigendom?
- Hoe verleid je eigenaren tot investeringen?
- Hoe krijgen je draagvlak voor verandering?
- Hoe past datasturing in dit geheel?
- Hoe promoten we Uden en het centrum? Etc.

Het participatietraject wat wij in aanloop naar het benoemen van de voorliggende Strategische Uitgangspunten met de stakeholders hebben doorlopen, heeft waardevolle informatie opgeleverd. Echter daarmee hebben we nog niet alle informatie voor handen. Een belangrijke basis voor een Centrumvisie is een onderzoek met een distributieplanologisch karakter, waarin de distributieve ruimte (de ruimte in de markt) in Uden voor zowel dagelijkse als niet dagelijkse goederen wordt vastgesteld. Waarin wordt ingeschat wat de verwachte behoefte aan retail en horeca is voor de toekomst? En waarbij wordt gekeken naar welke gebieden kansrijk zijn voor retail en horeca voor de toekomstige ontwikkeling van het centrum en welke kansarm? Daarnaast kijken we naar eventuele andere functies. Inzicht in de looproutes van consumenten kan hieraan een belangrijke bijdrage leveren. Dit onderzoek, een cijfermatige, ruimtelijke en kwalitatieve analyse, gaat parallel uitgevoerd worden.

De gemeente opereert in een speelveld van afhankelijkheden en is een schakel, derhalve niet bepalend maar een partner/partij, wat vraagt om een gezamenlijke aanpak. In de nadere uitwerking zoomen we

in op de informatie die is opgehaald en die nog verkregen gaat worden middels het uitvoeren van onderzoeken. Dit levert zonder twijfel dilemma's op, die keuzes noodzaken. Deze keuzes worden aan uw raad voorgelegd voor besluitvorming als onderdeel van het vaststellen van de Centrumvisie. Wij hopen/verwachten u deze Centrumvisie in de 2^e helft van 2020 voor te kunnen leggen voor besluitvorming. Wij benaderen u graag tussentijds, om met ons van gedachten te wisselen over de dilemma's en de inzet van publieke (financiële) middelen.

De uitgangspunten

Voortkomend uit het participatietraject met stakeholders, kunnen we de volgende 5 strategische uitgangspunten benoemen:

1. Economisch vitaal centrum
 2. Groen centrum
 3. Levendig centrum/beleving
 4. Toegankelijk centrum
 5. Herkenbaar en onderscheidend centrum
- (onderdeel van project Uden Marketing)

Per uitgangspunt hebben we de volgende uitwerking:

- Waarom dit uitgangspunt
- Welke doelen vanuit de duurzame ontwikkelingsdoelstellingen hangen hiermee samen
- Welke vragen moeten nog beantwoord worden (onderzoek voor uitgezet worden)
- Welke dilemma's komen op, waar wringt het met bijv. bestaand beleid
- Welke rol kan of wil de gemeente innemen bij dit punt.

Deze vragen, dilemma's en rolsuggesties zijn niet uitputtend, ze lopen in elkaar over en komen in de verschillende fases van de visie en het uitvoeringsprogramma aan de orde.

Duurzaamheid in brede zin

Wat algemeen als sustainable development goals wordt aangeduid, heet in het Nederlands: duurzame ontwikkelingsdoelstellingen. Daarvan zijn er 17 onderkend (zie afbeelding). Per strategisch uitgangspunt hebben we de nummers genoteerd van de doelen waarvan we denken dat die geraakt worden door / verband houden met dit uitgangspunt.



Economisch vitaal centrum

Trefwoorden: compact centrum, functiemenging, activiteiten en events, tegengaan leegstand, levendig, betere samenwerking, couleur locale (lokaal ondernemerschap), Udens aanbod, identiteit, creativiteit, ontmoetingsplek ondernemers, openingstijden

Waarom ook al weer

Tegengaan winkelleegstand, veranderend gebruik centrum, nieuwe opgaven (functies) die ook een plek moeten krijgen, voorkomen armoede onder MKB-ers, voldoende 'massa' langs het aanbod / de loop erin te houden

Duurzame ontwikkelingsdoelstellingen: 1 (met name MKB), 3, 8, 9, 11, 16 en 17

Nog uit te zoeken:

- Wat is het centrum: het kernwinkelgebied of het woon-werk gebied binnen de ring of anders? Waar ligt de scheiding tussen deze aanduidingen?
- Is horeca onderdeel van kernwinkelgebied?
- Kunnen we in de toekomst nog wel spreken van een kernwinkelgebied of gaan we veel meer naar een gebied met functiemenging met daarbinnen verschillende accenten?
- Hoeveel marktruimte is er voor de verschillende functies (met name detailhandel en horeca)?
- Welke functies dragen bij aan een economisch vitaal centrum? Naast winkels, horeca en commerciële dienstverlening bijvoorbeeld leisure, sport, zorg, ambacht, kantoor?
- Wat gebeurt er aan de "uiteinden" van het huidige centrum (zoals bijvoorbeeld Botermarkt, Prior van Milstraat, Kerkstraat/Kapelstraat, Kastanjeweg)?
- Waar stimuleren we in de toekomst de vestiging van winkels en waar niet (bijvoorbeeld westzijde van de Markt, Oranjestraat, Sint Janstraat, Passages?)
- Hoe gaan we om met leegstand? Welke functies passen waar (en waar is dat op gebaseerd)?
- Hoe bewerkstellig je een goede mix tussen filiaalbedrijven en couleur locale?

Dilemma's

- Welke mogelijkheden hebben de gebieden die in de toekomst mogelijk niet meer tot het centrum behoren? Welke functies zijn daar mogelijk?
- Hoe actief ga je daarin sturen als overheid?
- Wat doen we met de supermarkten in relatie tot de eisen van zorgvriendelijke gemeente: verspreiden over de woonwijken of een concentratie in het centrum?
- Hoe maak je de keuze in welke functie waar kan vestigen? Functies die bijdragen aan een economisch vitaal centrum zou je niet teveel op andere plekken moeten toestaan. Op basis van welke argumenten maak je de keuze? (bijvoorbeeld een sportschool: op het bedrijventerrein, in een woonwijk of in het (winkel-)centrum?)
- In hoeverre kunnen of willen we ingrijpen in huurniveaus van panden op de verschillende locaties (kernwinkelgebied, binnen de ring, aanloopstraten, buiten de ring): ingrijpen om de doelen te halen of 'de markt' het zelf laten oplossen?
- Moeten we de bestemming wijzigen van panden die "structureel" leeg staan?

Welke rol neemt de gemeente bij deze dilemma's:

- Actief sturen formeel (voorbeelden): leegstandsverordening, voorkeursrechtvestiging, zelf verwerven van panden, subsidie op huur, ondernemersfonds, actief herverkaveling, sturen middels bestemmingsplannen
- Actief sturen informeel: leegstandsmakelaar, centrummanagement, stimuleren andere samenwerkingsverbanden zoals coöperatievorming met collectief eigendom van vastgoed, acquisitie, wat kan in PPS constructies worden opgepakt?
- Middenweg: faciliteren door weinig belemmeringen op te leggen
- Reactief: per aanvraag besluiten wat we gaan doen en waarom, binnen de door de raad vastgestelde uitgangspunten.

Groen centrum

Trefwoorden: uitstraling, imago, identiteit, toekomstbestendig, groene routes, sociale cohesie, verblijf en ontmoeting, duurzaamheid, klimaatadaptatie, hittestress, fontein, beperken uitlaatgassen, elektrisch vervoer en daken

Waarom ook al weer

Nodigt uit 'de deur uit', buiten bewegen en ontmoeten, versterkt sociale cohesie, dient klimaatdoelstellingen, versterkt de waardering van het centrum algemeen en de buitenruimte in het bijzonder

Duurzame ontwikkelingsdoelstellingen: 3, 7, 9, 11, 13, 15 en 17

Nog uit te zoeken

- Hoe kan groen functioneel worden ingezet, bijv. door bewegwijzering/afbakening verkeersstromen, en zonder negatief effect op ruimte / beperkingen opgelegd door architecten (door bijv. gevels vergroenen, groene pergola's ipv afdaken).
- Hoeveel volume groen is nodig om effectief bij te dragen aan klimaatdoelen zoals hittestress verlagen en 'natte voeten' voorkomen en welke plekken lenen zich daar het beste voor (daken? Pleinen? Beide?)
- Zijn er participanten die mee willen investeren in groen zoals zorgverzekeraars en energiemaatschappijen?
- Kan de adoptie methode van openbare ruimte een middel zijn?

Dilemma's

- Robuust groen locaties realiseren gaat op de pleinen ten koste van huidige parkeerplekken; waar kan dan wel geparkeerd worden? Welke afstand is acceptabel? Zie ook toegankelijkheid
- Robuust groen op de pleinen betekent een zodanig volume dat bestaande activiteiten niet in dezelfde vorm een plek kunnen krijgen: hoe krijgen we een goede mix tussen groen en behoud van voldoende mogelijkheden voor evenementen?
- Wanneer is groen alleen een aankleding en wanneer is groen functioneel (bijvoorbeeld t.a.v. klimaatadaptatie, voorkomen hittestress) en wanneer is functioneel groen een belemmering in relatie tot toegankelijkheid, zicht op panden e/o levendigheid? Groen kan namelijk ook een 'enge plek' worden.
- Onderhoud groen moet bijdragen aan kwaliteit van hele centrum, vraagt om 'houding en gedrag' van bezoekers en eigenaarschap van Udenaren. Hoe 'dwingen' we dat af?
- Inrichting St. Jansstraat, Marktstraat en de afspraken die al zijn gemaakt over de markt en evenementen. Passen die nog bij de nieuwe uitgangspunten?
- In hoeverre is groen een belemmering voor de toegankelijkheid voor mensen met een beperking?

Welke rol neemt de gemeente bij deze dilemma's:

- Actief, formeel: grond verwerven om alle opgaven een plek te geven
- Actief informeel: tijdelijke inrichting van openbare ruimte in het kader van placemaking, eigen onderhoud en invulling van groen door bewoners?
- Middenweg: faciliteren door weinig belemmeringen op te leggen
- Reactief: vrijkomende gronden invullen op moment dat het zich voordoet met de kennis van dat moment

Levendig centrum/beleving

Trefwoorden: aantrekkelijk, spelen, bewegen, place to be, activiteit, onderhoud, verlichting, opknappen gevels, groen, multifunctionele pleinen, zitplekken, straatkunst, ontmoetingsplek, openbare toiletten, evenementen, bruisend en wonen

Waarom ook al weer

Meer loop naar het centrum, meer 'bedrijvigheid' waar mensen gewoon naar kunnen kijken zonder actief deel te nemen. Vergroten sociale veiligheid gedurende alle uren van de dag. Meer doelgroepen bedienen, niet alleen voor het uitgave patroon bij de winkels en horeca maar ook om elkaar te ontmoeten waardoor de sociale cohesie wordt versterkt. Regio functie versterken, inkomenspositie MKB versterken (armoede onder MKB voorkomen). Versterkt totaal van Uden m.b.t. toerisme en recreatie.

Duurzame ontwikkelingsdoelstellingen: 3, 8, 9, 10 en 17

Nog uit te zoeken:

- Welke functies voor welke doelgroepen zouden moeten worden toegevoegd in het centrum (of juist verwijderd)? En welke (ruimtelijke) randvoorwaarden zijn hieraan verbonden?
- Wat zijn kansrijke publiekstrekkingen?
- Welke evenementen e/o activiteiten sluiten aan op welke doelgroepen, waar zitten dan nog 'gaten' in het aanbod?
- Welk woningaanbod is een meerwaarde voor het centrum?
- Welke beeldkwaliteit streven we na in het centrum, zowel openbaar gebied als gevels van panden)?
- Welke verbindingen zijn mogelijk tussen het centrum en evenementen, activiteiten en voorzieningen buiten het centrum? Kunnen we werken met arrangementen?
- Wie bezoeken ons centrum, wat geven ze waar uit en welke motivatie hebben ze voor een bezoek?
- Hoe verbinden we on- en offline aanbod, smart city-mogelijkheden, online zichtbaarheid Udense centrumondernemers? Gratis wifi om jongeren te trekken?
- Hoe kunnen we belevingsroutes in het centrum maken, zoals kunst of historie?

Dilemma's

- Hoe bewaren het evenwicht tussen levendigheid en leefbaarheid?
- Hoe voorkomen we het ontstaan van lege plekken waar niets gebeurt? Stel dat het parkeren van de Markt (deels) verdwijnt, hoe voorkomen we dan een "doods" plein?
- Hoe bewaren we het evenwicht tussen wonen en een bruisend centrum? Ouderen wonen graag in het centrum vanwege de nabijheid van voorzieningen, maar hoe vertaalt zich dat naar bijv. geluidsnormen van evenementen en openingstijden?
- Hoe bewaren we het evenwicht tussen wonen en parkeerdruk, met name in het weekend wanneer het centrum de meeste bezoekers heeft en de bewoners meer thuis zijn?
- Hoe zorgen we ervoor dat verblijfs-elementen (zoals speelplekken, zitplekken) geen ruimtelijke belemmering vormen voor evenementen, activiteiten en toegankelijkheid (zoals de warenmarkt, Uden on Ice, kermis, carnaval)?

Welke rol neemt de gemeente bij deze dilemma's:

- Actief, formeel: herinrichting openbare ruimte, gevelsubsidie, geluidsnormering, openingstijden horeca, huisvestingsverordening.
- Actief informeel: verbinden doelgroepen, verbeteren samenwerking.
- Middenweg: faciliteren door weinig belemmeringen op te leggen.

- Reactief: vrijkomende panden invullen op moment dat het zich voordoet met de kennis van dat moment (wat doen we dan met krakers?)`

Toegankelijk centrum

Trefwoorden: autoluw, voor iedereen toegankelijk, bewegwijzering, bereikbaar, veilig, voetgangers voorop, informatie, verbinding omgeving, voorzieningen fietsparkeren, HUB en overstapplaats OV, betere aansluiting OV, deelvervoer

Waarom ook al weer

Huidige toeloop niet belemmeren, meer inspelen op mobiliteitsontwikkelingen, ruim baan voor langzaam verkeer, veiligheid voor gebruikers openbare ruimte (zowel passanten als bewoners), verbeteren luchtkwaliteit door minder uitstoot van uitlaatgassen.

Duurzame ontwikkelingsdoelstellingen: 3, 9, 11, 13, 16 en 17

Nog uit te zoeken:

- Zie ook de vragen bij groen: kan dubbelgebruik van groen een deel van de doelen oplossen?
- Waar kan de extra parkeergelegenheid voor fietsen gerealiseerd worden: bijvoorbeeld bij uitbreiding bij AH (Markt) en uitbreiding ten noorden van de Promenade (in de groene driehoek) of fietsparkeren in een leegstaand pand zoals de hoek van de markt t/o/ gemeentehuis.
- Waar gaan we met de auto's heen? Is uitbreiding met bijvoorbeeld één parkeerdek en verbeterde bewegwijzering naar parkeergarages voldoende als bijvoorbeeld tegelijkertijd het huidige busstation wordt getransformeerd naar elektrische minibusjes die vanaf de HOV-Hub bij ziekenhuis en Krona (voorheen MRK) alle wijken en overige kernen actief bedienen?
- Wat zijn de beste locaties voor deelvervoer-oplossingen (zoals OV-fietsen en deel auto's)?
- Passen de huidige venstertijden voor bevoorrading nog steeds als we de uitgangspunten van groener, toegankelijker en compacter toepassen
- Moeten milieunormen worden gesteld voor verkeer binnen het (winkel-)centrum?

Dilemma's

- Als groen en bereikbaarheid elkaar in de weg zit, waar wordt dan meer prioriteit aan gegeven?
- Als langzaam verkeer stimulans en autovervoer elkaar in de weg zit, waar wordt dan meer prioriteit aan gegeven?
- Dimensioneer je de parkeeropgave op het drukste moment, of accepteer je dat op het drukste moment een stukje gelopen moet worden voor parkeren?
- Hoe gaan we om met de transformatie naar schoon, zonder fossiele brandstoffen aangestuurd vervoer? Gewoon doorgaan met laadpalen bijplaatsen naarmate de vraag toeneemt? Maar tot hoever is het acceptabel om op deze manier te voorzien in opladen van elektrische auto's? Mensen hebben immers ook geen eigen benzine- of dieselpomp bij de deur. Moeten we in plaats daarvan actief inzetten op laadstations, accu-omwisselpunten of dergelijke, en waar dan, om de transformatie te stimuleren en te faciliteren? Of laadpalen alleen toestaan bij parkeren op eigen terrein om gelijkheid in stand te houden voor afgegeven parkeervergunningen?

Welke rol neemt de gemeente bij deze dilemma's:

- Actief; realiseren fietsenstallingen en fiets infra (GVVP), Verbeteren voetgangersbewegwijzering, Wijzen op HOV mogelijkheden, Alternatieven bevorderen (deel-auto concept),
- Middenweg: Parkeerbalans centrum jaarlijks actualiseren.

- Re-actief: laadpalen bijplaatsen als er om wordt gevraagd, bijbouwen parkeergelegenheid als dat nodig is (ook al is de doorlooptijd misschien wel langer dan de duur van het probleem).

Herkenbaar en onderscheidend centrum

Trefwoorden: Positioneren, merk, identiteit, branding, marketing, Udens karakter, Udens aanbod, eenheid uitstralen, DNA, historie en erfgoed zichtbaar, imago, activiteiten

Waarom ook al weer

Vindbaarheid van Uden in het geheel van Noordoost Brabant, neerzetten van een 'sterk merk' omdat het huidige aanbod een groter voedingsgebied kent dan alleen de inwoners van de eigen gemeente. Bezoekers trekken door een compleet aanbod van shopping en ontspanning, overdekt en buiten met versterking van verblijfsrecreatie.

Duurzame ontwikkelingsdoelstellingen: 11, 12, 16 en 17

Nog uit te zoeken:

Dit wordt verder uitgewerkt via Uden Marketing

Dilemma's

Dit wordt verder uitgewerkt via Uden Marketing

Welke rol neemt de gemeente bij deze dilemma's:

Dit wordt verder uitgewerkt via Uden Marketing