

Inbreng Centrumvisie

Hierbij treft u de belangrijkste standpunten van horecavereniging HUVO en de afdeling Uden van Koninklijke Horeca Nederland in het kader van een nieuwe centrumvisie voor Uden Centrum. Deze inbreng betreft zowel specifieke horecagerelateerde als algemene aandachtspunten en voorstellen.

1. Algemeen, horeca prominente partij in het centrum

De Horecafunctie is van prominente betekenis voor de beleving van het centrum (zie ook enquêteresultaten van de bijeenkomst van 12 juni). Deze ontwikkeling is landelijk gaande. De horecabranche dient derhalve ook beschouwd en behandeld te worden als prominente stakeholder, die volwaardig meepraat over de invulling van het centrum.

In dit verband is het onacceptabel dat in de nieuwe centrumorganisatie (UCO), welke is ontstaan op initiatief en onder regie van het huidige gemeentebestuur/de huidige centrumwethouder, voor de gevestigde horecabrancheorganisatie HUVO/KHN Uden geen aan de retail gelijkwaardige positie, beschikbaar is gesteld.

In de UCO statuten welke in samenspraak met de wethouder tot stand zijn gekomen is o.a. vermeld *"een bestuurssamenstelling waarbij een meerderheid van het bestuur wordt gevormd uit ondernemers welke werkzaam zijn in de retailbranche"* kortom, de horeca moest voortaan ondergeschikt zijn aan de retail.

Door de ondergeschikte rol die voor de horecabranche binnen de nieuwe centrumorganisatie UCO is weggelegd heeft HUVO /KHN Uden moeten besluiten om niet bij UCO aan te sluiten. Binnen de nieuwe centrumvereniging UCO wordt de centrumhoreca slechts vertegenwoordigd door drie, niet democratisch gekozen (want slechts een kleine minderheid van horecacentrum is aangesloten bij UCO), horecaondernemers zonder formele status of achterban.

Betrokkenheid vanuit de horeca is cruciaal om een gedegen centrumbeleid tot stand te brengen.

2. Voorkomen overaanbod horeca

Ieder stadscentrum kent een kritieke grens vwb het maximale horeca aanbod. Wordt die grens overschreden dan zal dit leiden tot leegstand. Het is van cruciaal belang voor de aantrekkelijkheid van het Udense centrum om een goede mix van retail- en horeca te behouden. Het is zeer ongewenst om de oplopende leegstand in winkelgebieden voortdurend op te lossen met horeca invulling. Dat is slechts het verleggen van problematiek. Voor Uden zou verdere horeca ontwikkeling uitsluitend in de bestaande horecaconcentratiegebieden (Markt / Sint Janstraat) toegestaan dienen te worden, en NIET in de winkelgebieden.

Voor leegstand van retailpanden dienen derhalve andere oplossingen gevonden te worden. Aansturing dient te geschieden vanuit het bestemmingsplan.

3. Ruimte voor horeca

De bestaande horeca dient beleidsmatig alle nodige medewerking te krijgen van de gemeente. De gemeente dient duidelijk het standpunt in te nemen dat de horecafunctie in de horecagebieden prevaleert en dient dit ook in woord en daad waar te maken.

4. Volwaardige centrumorganisatie

Om de functies in het centrum optimaal te kunnen organiseren is het allereerst noodzakelijk dat er spoedig weer 'n volwaardige en gedragen overkoepelende centrumorganisatie en centrummanagement terugkomt.

De voorgaande centrumorganisatie Uden Promotie is door interventie van het college/de centrumwethouder uitgeschakeld en vervangen door centrumvereniging UCO met een overwegend door het gemeentebestuur/de centrumwethouder bepaalde bestuurssamenstelling. UCO is vervolgens eenzijdig door het gemeentebestuur aangewezen als partij die de opbrengst van de reclamebelasting toegewezen krijgt. Het gemeentebestuur heeft tot het uiterste tegengehouden dat de centrumondernemers inspraak zouden krijgen in de wijziging van centrumorganisatie en toewijzing van de reclamegelden.

Niet het belang van het centrum, maar de persoonlijke en politieke motieven van bepaalde gemeentebestuurders, waren hierbij duidelijk leidend.

De vorige, ervaren, centrummanager met onafhankelijke positie en eigen huisvesting en groot draagvlak bij de ondernemers, is door toedoen van dezelfde gemeentebestuurders ontslagen en vervangen door een volstrekt onervaren functionaris die nota bene ook nog in het gemeentehuis gehuisvest is. Daarmee is de onafhankelijke positie van de centrummanager weggefallen, en heeft deze overwegend de status van gemeente ambtenaar gekregen.

Het lijkt er het gemeentebestuur vooral om te doen dat men de totale controle over de centrummanager/het centrummanagement verkrijgt. De nu gecreëerde situatie, waarbij de centrummanager onder controle staat van het gemeentebestuur, is de meest fundamentele fout die het voeren van succesvol centrummanagement in de weg staat.

Door toedoen van het gemeentebestuur is nu een tweedeling in het centrum veroorzaakt, en is een enorme hoeveelheid kennis en ervaring vernietigd.

Om weer een functionerende centrumorganisatie te bereiken moeten de volgende maatregelen genomen worden:

1. Er dient een nieuwe overkoepelende centrumorganisatie tot stand gebracht te worden waarbinnen UCO in de hoedanigheid van winkeliersvereniging samen met de officiële horecabrancheorganisatie (HUVUO/KHN Uden) onder gelijkwaardigheid zitting neemt in het bestuur;
2. Centrumondernemers, vertegenwoordigd binnen de onder 1. beschreven overkoepelende centrumorganisatie, dienen per direct de zeggenschap over besteding van de opbrengst reclamebelasting terug te krijgen. Deze gelden worden immers ook volledig door de centrumondernemers opgebracht;
3. Er dient weer een volwaardige en onafhankelijke centrummanagement organisatie te ontstaan, waarin de onder 1 genoemde overkoepelende centrumorganisatie gelijkwaardig aan de gemeente is vertegenwoordigd; de kosten van centrummanagement worden gezamenlijk gedragen door de ondernemers en de gemeente (oorspronkelijke situatie).
4. Het gemeentebestuur dient de status van de opbrengst reclamebelasting onvoorwaardelijk te erkennen als gelden welke onvoorwaardelijk aan de centrumondernemers toekomen, en zich niet te mengen in de toewijzing van deze opbrengst;

Uitgangspunten voor een gezonder organisatiestructuur:

- ondernemers bepalen zelf de opzet van hun brancheorganisatie, niet het gemeentebestuur / de centrumwethouder;
- retail- en horecabranche organisaties bepalen zelf hun afvaardiging naar het bestuur van de overkoepelende centrumorganisatie, niet het gemeentebestuur/de centrumwethouder;
- het gemeentebestuur/de centrumwethouder dient zich te onthouden van bemoeienis met het functioneren en hoedanigheid van de retail- en horecabranche organisatie;

- Een in te zetten centrummanager dient op basis van kwaliteiten geselecteerd te worden door een gedegen afvaardiging vanuit de retail, de horeca en de gemeente;

5. Inhaalslag per direct

Het gemeentebestuur heeft de afgelopen 6 jaar nauwelijks tot geen bijdrage geleverd aan de kwaliteit en het functioneren van het centrum. Hun inzet is jarenlang overwegend gegaan naar het uitschakelen van Uden Promotie. Door deze situatie waarbij ook gelden bij de centrumorganisatie zijn weggenomen heeft het centrum achterstand opgelopen, omdat eenvoudigweg onvoldoende gelden beschikbaar bleven voor voldoende activiteiten. Deze situatie moet op de kortst mogelijke termijn gecorrigeerd worden door extra investeringen in de omgevingskwaliteit en de promotie van Uden Centrum. De gemeente zou deze inhaalslag dienen te financieren door (al dan niet tijdelijk) extra financiën beschikbaar te stellen. Ondernemers deden in dit verband al in de aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen 2018 het voorstel om 10% van de parkeerinkomsten centrum (ca. 2,7 miljoen per jaar) beschikbaar te stellen. Nog steeds is dit een zeer redelijk voorstel, temeer omdat de parkeerinkomsten mede door de aanwezigheid van de centrumbedrijven gerealiseerd worden.

6. Ambitieniveau moet omhoog

Om de marktpositie in de regio te kunnen bestendigen/versterken zal het ambitieniveau bij het gemeentebestuur omhoog moeten. In Uden moeten we niet alleen verkondigen dat we de beste, de groenste en de gezelligste zijn, maar dit allereerst waarmaken. Creatieve en professionele denkers inschakelen en de ruimte geven. Het product moet eerst optimaal zijn, voordat dit goede kans maakt om succesvol in de markt te zetten.

Men moet lef en ambitie tonen bij centrumontwikkelingen, voorop durven lopen in de regio, niet de grijze massa volgen. Voorbeelden van nieuwe stadsarchitectuur zijn bijvoorbeeld groene wanden, en parkachtige elementen in het winkelgebied.

Laat eerst creatieve denkers hun ideeën presenteren, waardoor mensen enthousiast gemaakt worden, alvorens in een vroeg stadium allerlei remmende voorwaarden te stellen.

7. Activiteiten en evenementen

Een centrumgebied is gebaat bij een afgewogen activiteitenkalender; er bestaat duidelijk verschil van activiteiten in/voor het winkelgebied en losstaande evenementen. Voor het commerciële belang van de retail is het belangrijk dat activiteiten in eerste instantie op de bijzondere feestdagen (Pasen, Sinterklaas, Kerst etc.) worden gericht.

Het is een simplistische gedachte dat de bezoekersaantallen aan het centrum louter met inzet van straatentertainment zal herstellen. Deze oplossingen kunnen slechts korte termijn effecten sorteren. De bezoekreden bij de consument ligt vooral in het aanbod retail- en horeca in combinatie met een aansprekende eigentijdse omgevings sfeer en optimale voorzieningen (zoals bereikbaarheid en parkeren).

Naast de winkelgerelateerde activiteiten dient er ruimte te worden geboden voor evenementen op daartoe aangewezen terreinen binnen het centrumgebied. Er zijn momenteel diverse aansprekende evenementen (Uden on Ice, de Megakermis, Lekker Uden, Udenz, carnaval etc.) die een positieve bijdrage leveren aan de aantrekkelijkheid van Uden Centrum.

Laatstgenoemde categorie evenementen is gebaat bij een realistisch evenementenbeleid, met vooral ook een realistische geluidnormering.

8. Openingstijden / koopzondagen

Openingstijden Dit is in eerste instantie een zaak van ondernemers; zij bepalen immers of ze wel of niet opengaan. Een onderwerp als algehele openstelling van zondagen kan slechts met draagvlak onder een ruime meerderheid van de ondernemers toegepast worden. Het is zaak om de visie van de ondernemers ten aanzien van koopzondagen, openingstijden en bijzondere dagen, tenminste jaarlijks te monitoren.

Een besluit om alle zondagen te openen is pas haalbaar bij deelname (structurele openstelling) van tenminste 70 tot 80% van alle winkels.

9. Inspraak van ondernemers

Het centrum van Uden is ontstaan door generaties lange inzet van ondernemers, in combinatie met positieve facilitering door en vanuit de gemeente. Bij het bepalen van de nieuwe centrumvisie dient onderscheid gemaakt te worden tussen partijen die daadwerkelijk in het centrumgebied investeren (ondernemers/gemeente/vastgoed) en partijen die dit niet doen. Er is veel praktische kennis bij ondernemers beschikbaar over realistische mogelijkheden. Laat ondernemers weer volwaardig meepraten EN DAADWERKELIJK MEEBESLISSEN over belangrijke centraalangelegenheden. Betere, efficiëntere en doelgerichte inspraak systematiek voor de ondernemers is belangrijk. Tijdrovende en veelvuldige activiteiten belemmeren participatiebereidheid door ondernemers.

Het ondervonden gebrek aan werkelijke inspraak acceptatie bij het gemeentebestuur heeft de participatiebereidheid bij Udense ondernemers verminderd.

Om betere participatie vanuit de ondernemers tot stand te brengen zal gezocht moeten worden naar effectievere en minder tijdrovende methodes gezocht moeten worden.

10. Professionele aanpak centrumpromotie

De met de financiële inhaalslag te verkrijgen extra financiën dienen deels te worden ingezet voor de uitvoering van een gedegen promotieplan. Promotie van Uden Centrum is het meest effectief wanneer zowel de bestaande bezoekers als potentiële nieuwe bezoekers bereikt worden. Naast de online kanalen als Instagram en Facebook dienen ook fysieke kanalen niet overgeslagen te worden, zoals billboards naast snelwegen, busreclame etc..

Een landelijk medium inschakelen, zoals een populaire landelijke radio- en/of tv zender, is relatief kostbaar maar zal imago versterkend werken.

11. De Markt!

Bij elke periodiek centrum- of horecavisie onderzoek komt het onderwerp "De Markt wel/niet autovrij" aan de orde. Dit vraagstuk wordt soms ook door de onderzoekers zelf opgevoerd als idee, onderwerp of suggestie.

De gedachte erachter is de vraag of een centrum aantrekkelijker kan worden door een centraal dorpsplein te ontdoen van de parkeerfunctie. Bij sommige groeperingen spelen in dit verband ook ideologische overwegingen, vaak op basis van een anti-auto gedachte.

In talloze andere gemeenten heeft eenzelfde vraag gespeeld en in een aantal gevallen heeft dit inderdaad geleid tot het autovrij maken van een dorpsplein. In sommige gevallen heeft dat positief uitgewerkt, maar in veruit de meeste gevallen heeft dit geleid tot versobering en vermindering van de levendigheid van het stadshart. Ook blijkt een ideologische anti auto op basis van milieuoverwegingen vaak desastreus voor de commerciële functie in een binnenstad (vb. Nijmegen).

Een afweging die voor Uden speelt is de vraag of het centrum er beter van zou worden als de parkeerfunctie zou verdwijnen en er een aantrekkelijkere sfeeromgeving gecreëerd zou worden, zoals bijvoorbeeld een stadspark.

Naast de parkeerfunctie wordt de Markt wekelijks ook gebruikt voor de weekmarkt op maandag en de versmarkt op vrijdag. Daarnaast vinden er met regelmaat ook grote en kleine evenementen plaats waardoor de Markt ook een echt stadshart voor Uden is, met veel mensen bewegingen.

In de huidige situatie is de Markt dan ook multifunctioneel in gebruik, zowel als parkeergelegenheid en als veelzijdige evenementenlocatie. De Markt inrichten als stadspark zou direct tot gevolg hebben dat 1. de parkeerfunctie zou wegvallen, en 2. de meeste evenementen hier niet meer kunnen plaatsvinden. Beide functies zijn op dit moment cruciaal voor de aantrekkelijkheid van Uden Centrum.

Uden Centrum is bovengemiddeld afhankelijk van de autoconsument (regiofunctie, geen

treinverbinding). En het is derhalve van belang dat de automobilist in Uden Centrum optimaal terecht kan, met voldoende parkeergelegenheid in de directe nabijheid van bestemmingen. Slechts wanneer de parkeerfunctie van de Markt op dezelfde positie ondergronds vervangen zou kunnen worden, zou een vermindering van de parkeerfunctie voorkomen kunnen worden.

Daarnaast blijft het voor de aantrekkelijkheid en levendigheid van Uden Centrum van belang dat weekmarkt(en) en evenementen op deze locatie kunnen blijven plaatsvinden. Het ontbreken van een vaste inrichtingsstructuur en vaste elementen is de belangrijkste voorwaarde om die activiteiten te kunnen laten plaatsvinden. De parkeerfunctie met de daarmee samenhangende aanwezigheid van mensen maakt de Markt overdag en 's avonds tot een levendige omgeving met veel sociale controle.

Het valt zeer te betwijfelen of een andere invulling van de Markt eenzelfde levendigheid als in de huidige situatie tot stand zou brengen. Een parkachtige groene invulling zal zeker een vermindering van levendigheid en sociale controle teweegbrengen. Ook zal de betekenis van historisch stadshart verminderen.

Om voornoemde redenen zijn wij van mening dat het autovrij maken van de Markt geen verbetering van de aantrekkelijkheid van Uden Centrum zal teweegbrengen en daarom voorlopig achterwege dient te blijven. Het is wel goed om de omstandigheden en dit vraagstuk periodiek opnieuw te overwegen.