

Inhoudsopgave – Bijlage 1

1. Procesbeschrijving Centrumvisie Uden	2
a. Participatie Centrumvisie Uden	10
b. Stakeholders Centrumvisie	15
c. Raadsinformatienota Vervolgtraject Centrumvisie	16
i. Team Uden Centrum (bijlage van Raadsinformatienota Vervolgtraject Centrumvisie)	21
d. Raadsinformatienota Kaders Team Uden Centrum	23
i. Kaders en uitgangspunten Team Uden Centrum	27

Bijlage 1: Procesbeschrijving Centrumvisie Uden

Inleiding

Deze bijlage beschrijft het proces op hoofdlijnen, zoals dat is doorlopen voor de voorliggende centrumvisie. We kunnen hier niet onvermeld laten, dat de wereldwijde coronapandemie ook zijn invloed heeft gehad op het proces voor het opstellen van de centrumvisie voor Uden. Al snel na het besluit van de gemeenteraad (jan 2020), heeft deze zijn intrede gedaan. Alhoewel we in eerste aanleg de hoop hadden, dat de duur kort zou zijn, vervloog deze hoop al snel. Met als gevolg dat de gewenste, maar ook vereiste, participatie sindsdien geheel digitaal is doorlopen. Dit vergde een enorm improvisatie- en doorzettingsvermogen van eenieder die betrokken was bij het opstellen van deze visie. Zo hebben bijvoorbeeld de mensen die met elkaar Team Uden Centrum hebben gevormd (zie verderop), elkaar nog nimmer fysiek ontmoet. Zijn er middelen angewend, waarvan het bestaan voordien nog niet bekend was. En kon het voorziene experiment rondom de Markt niet doorgaan.

Ondanks dat alle bijeenkomsten digitaal zijn gehouden en we hebben gewerkt met een tot dan onbekend participatieplatform Udenaanhetwoord.nl, zijn alle stakeholders intensief betrokken gebleven bij het opstellen van de visie. Wat extra bijzonder is, gezien het speelveld waar belangen (soms) ver uiteen liggen. Wel hebben enkele stakeholders aangegeven, het (soms) erg lastig te vinden, om digitaal hun belangen over te brengen. We kijken dan ook terug op een intensieve periode met een onverwacht en soms ook ongedacht (participatie)proces. Een proces dat met en dankzij de betrokkenheid van alle stakeholders en de mensen die zich ervoor hebben ingezet, tot stand is gekomen. Ondanks dat hier en daar een gegronde noot van kritiek is geuit.

We zijn eenieder dan ook erg dankbaar, dat zij (desondanks) toch zijn/haar bijdrage heeft kunnen en willen leveren!

Context

We beogen een toekomstbestendig en bruisend centrum, waar het goed wonen, werken, ondernemen en toeven is en dat het verzorgingsgebied van de regio blijft. Dit kan 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 moeten leiden tot meerwaarde voor het centrum in de vorm van betekenisvolle plekken.

Om tot een toekomstgericht centrum te komen, is het belangrijk alle stakeholders te betrekken. Als gemeente opereren we in een speelveld van afhankelijkheden. De gemeente is immers slechts één van de vele belanghebbenden. Alleen door gezamenlijk op te trekken, kan deze accentverschuiving in gang worden gezet. Draagvlak is de sleutel tot succes. Dit draagvlak bepaalt niet alleen de haalbaarheid van die verandering, maar ook de omvang ervan in antwoord op de vraag: beperken we ons tot enkele accentverschuivingen op de korte termijn of kiezen we (op onderdelen) voor majeure veranderingen die de komende jaren gerealiseerd gaan worden?

Het stimuleren van bewustwording onder de stakeholders over nut en noodzaak van een centrumvisie is een essentieel element geweest in de aanloophase. Dat hebben we onder andere ingevuld door samenwerking met het Retail-innovatie lab en de Avans-hogeschool. Via placemaking en praktische vragen zoals 'wat doe je bij stortbuien of hittegolven?', hebben we geprobeerd om bewustwording en betrokkenheid van inwoners en bezoekers te stimuleren bij de voorbereiding van een nieuwe visie.

De eerste vier zijn opgepakt via het traject Centrumvisie, het vijfde uitgangspunt is onderdeel van het project Uden Marketing¹. Tijdens de behandeling van het raadsadvies heeft de raad meegegeven:

De raad is bijzonder tevreden over de wijze waarop het participatietraject invulling is gegeven en de rol die de individuele raadsleden daarin hebben gekregen.

De raad heeft aangegeven dat de wijze waarop de dilemma's en vragen zijn gedefinieerd goed inzicht geeft in de opgaven die voor ons liggen. En dat dit een goede aanzet is om te komen tot een centrumvisie.

De raad vraagt daarbij aandacht voor een goede afweging van alle belangen. Wie en wat wil je zijn met het centrum van Uden? Waarom? Geef het centrum betekenis. De raad geeft mee zorgvuldig te werk te gaan en de samenwerking op te zoeken. Gebruik kennis van deskundigen en van ervaring die is opgedaan in vergelijkbare steden.

In navolging van dit raadsbesluit, is het opstellen van de centrumvisie als een programma vormgegeven. De feedback van de raad is verwerkt in deze aanpak. Daarmee kon de koppeling tussen de strategische uitgangspunten onderling het beste worden geborgd. We onderscheiden een drietal programmaonderdelen (hoofdvragen):

1. Wat is een economisch vitaal centrum en hoe komt dit eruit te zien? (Bro)
2. Hoe komt de Markt eruit te zien? (Stad & Co)
3. Wanneer is een centrum levendig en heeft het betekenis? (Stad & Co)

De strategische uitgangspunten zijn langs deze programmalijnen uitgewerkt. Deze programmaonderdelen zijn apart van elkaar uitgewerkt, maar wel in onderlinge samenhang, met input vanuit onderzoeken en het voortraject.

De raad is hierin meegenomen, middels een tweetal raadsinformatienota's (deze zijn onderdeel van deze bijlage 1) en twee raadsinformatiebijeenkomsten, te weten in december 2020 de informatieavond over de kaders en uitgangspunten voor Team Uden Centrum en in april 2021 de beeldvormende avond over de opgestelde Centrumvisie in aanloop naar het raadsadvies rondom de vaststelling van de Centrumvisie. Ook is de raad uitgenodigd als toehoorder bij alle werksessies met Team Uden Centrum. Daarnaast zijn de projectpagina <https://www.uden.nl/inwoners/projecten/centrumvisie/>, het online participatie platform <https://udenaanhetwoord.nl/> en het email adres centrumvisie@uden.nl ingezet, evenals het aanbod van de portefeuillehouder om persoonlijk het gesprek aan te willen gaan, om de stakeholders extra gelegenheid te geven vragen te stellen/te reageren, dan wel input aan te dragen.

Hieronder een chronologisch overzicht op hoofdlijnen van de stappen die zijn gezet in deze programmalijnen, om te komen tot de centrumvisie (fase 3). De gemeenteraad is hierover in juni 2020 geïnformeerd middels een raadsinformatienota: Het vervolgtraject centrumvisie voor Uden, bijgevoegd als bijlage 1b.

Het opstellen van een visie in tijden van corona vroeg om een grote mate van flexibiliteit.

¹ Gaandeweg werd echter duidelijk dat dit project vooral de focus ging leggen op natuur en leisure. Waardoor er niet specifiek voor het centrum een herkenbare en onderscheidende visie is uitgewerkt. In hoofdstuk 8 van de centrumvisie hebben we alsnog de uitgangspunten en kansen geschetst om het centrum herkenbaar en onderscheidend te positioneren in de regio.

Toen duidelijk werd dat de impact van corona op het proces substantieel was, zijn we vrij snel overgegaan naar een meer dynamische en organische procesgang. Zo kreeg het Plan van Aanpak, zoals dat door Stad & Co was uitgewerkt en voorzien, een meer richtinggevend karakter. Na elke participatiebijeenkomst met Team Uden Centrum of met een specifieke belangengroep (horeca, marktkooplieden, vastgoedondernemers, is steeds opnieuw afgewogen: ‘waar staan we nu?’ en ‘wat is de beste volgende stap?’. Ook de resultaten van deelonderzoeken die na elkaar beschikbaar kwamen, maakten het nodig om meer volgens een ‘scrum-methodiek’ te werken. De volgende stap volgt daarbij logisch op de voorgaande, maar is niet vanzelfsprekend een stap naar voren en in elk geval niet tevoren al vastgesteld. Soms bleek bijvoorbeeld een stap opzij eerst nodig om even de breedte verder te verkennen en vervolgens het volgende deel van het ‘tracé’ te kunnen schetsen. Op deze wijze konden we bij elke stap toetsen of ideeën nog steeds aansluiten en of we het beoogde draagvlak voor het eindresultaat nog goed in beeld hadden

Programmaonderdeel 1: Wat is een economisch vitaal centrum en hoe komt dit eruit te zien?

Voor dit programmaonderdeel hebben we met name met ondernemers en vastgoedeigenaren in het centrum gesproken. Deze zakelijke stakeholders hebben straks ook een belangrijke rol om samen met ons de gekozen richting tot uitvoering te brengen. Doel van het participatietraject is onder andere om samen goede afspraken te maken over de invulling van een vitaal centrum en de volgende stappen, als uitwerking van het strategische uitgangspunt: Economisch vitaal centrum.

Februari 2020: Start Marktanalyse (ruimtelijk-functionele analyse van ons centrum door Bro)

Een distributieplanologisch onderzoek naar en de behoefte voor retail en horeca, kansen voor aanbodversterking en kansrijke gebieden in het centrum, als basis om gezamenlijk met de stakeholders aan de slag te gaan.

Juli – september 2021: Organiseren zakelijke stakeholders

Een brede oproep onder de centrumondernemers en vastgoedeigenaren om deel te gaan nemen aan deze programmalijn. Dit heeft geleid tot een goede mix van circa 20 zakelijke stakeholders, die belangen hebben in het centrum, zoals: UCO, HUVO, retail- en horecaondernemers, vastgoedeigenaren en vastgoed gerelateerde bedrijvigheid.

Oktober 2020: Eerste werksessie met zakelijke stakeholders:

Presentatie Marktanalyse (ruimtelijk-functionele analyse van ons centrum) en het gesprek over onderwerpen als:

- De voorwaarden voor een vitaal centrum, vanuit ondernemers- en vastgoedperspectief
- De transformatie- en transitie-opgave voor het centrum
- Kansen voor type functies
- Rollen en taken van ondernemers, vastgoed en gemeente

November 2020: Tweede werksessie, gelijk aan de 1e sessie.

Tijdens de eerste sessie waren vooral de vastgoedeigenaren goed vertegenwoordigd. Een nieuwe bijeenkomst om de retail en horeca extra gelegenheid te geven om mee te denken.

Okt 2020 – jan 2021: Opstellen denkraam Digitalisering

Als invulling van de wens van het college om het thema digitalisering mee te nemen in de verdere uitwerking van de centrumvisie, heeft bureau lkonderneem.nl een breed raamwerk Digitalisering Uden Centrum opgesteld. Dit denkraam is gericht op de kansen en opgaves die digitalisering biedt voor het centrum van Uden. Digitalisering is hierin besproken aan de hand van zeven onderdelen, te weten: monitoring (1), automation (2), data-exchange/warehousing (3), informatie voorziening (4), klantinzicht (5), klantbenadering (6) en nieuwe diensten (7). Dit denkraam maakt deel uit van bijlage 2.

November 2020 – februari 2021: Uitwerken bevindingen participatie en aanvullend onderzoek

Door Magis is onderzoek gedaan naar de vitaliteit van het MKB ondernemerschap in Uden. Een vervolg van het onderzoek uit 2019, met als specifieke vraag om de vitaliteit onder de centrumondernemers te onderzoeken. Dit leverde een respons op van 266 centrumondernemers. Door Bro is aanvullend onderzoek uitgevoerd naar de marktruimte, naar aanleiding van de inbreng van de zakelijke stakeholders tijdens de eerste twee bijeenkomsten. De bijbehorende notitie Uitwerking marktruimteberekening, maakt deel uit van bijlage 2. De resultaten van beide onderzoeken, zijn verwerkt in een conceptnotitie Ontwikkelrichting centrum Uden door Bro (kansenkaart).

Maart 2021: Derde werksessie met de zakelijke stakeholders

Deze derde en tevens laatste werksessie in deze fase was gericht op:

- De ontwikkelingsrichting voor de deelgebieden en het verkennen welke bijdrage eenieder hieraan kan en wil leveren (de instrumenten), op basis van de conceptnotitie Ontwikkelrichting centrum Uden door Bro (kansenkaart)
- Eerste inventarisatie van de collectieve ambities op het thema 'digitalisering' in de brede zin en de bereidheid van de stakeholders om dit op te gaan pakken, met als basis het Raamwerk digitalisering Uden Centrum 2021 en de resultaten van de enquête gehouden onder de deelnemers aan deze werksessie.

Maart 2021: Advies uitgebracht door Bro voor deze programmalijn

1. Als eindresultaat van dit traject, als input voor de besluitvorming over de hoofdvraag: Wat is een economisch vitaal centrum en hoe komt dit eruit te zien?
2. Een eerste inzicht in de collectieve ambities rondom digitalisering.

Dit advies is bijgevoegd als bijlage 2.

Programmaonderdelen 2 en 3: Hoe komt de Markt eruit te zien en wanneer is een centrum levendig en heeft het betekenis?

Bij de behandeling van de programmaonderdelen 2 en 3 hebben we aandacht gehad voor een goede afweging van alle belangen. En hebben we getracht de reeds afgeronde participatie zoveel als mogelijk te benutten en niet over te doen. Waar we in programmalijn 1 vooral gesproken hebben met de zakelijke stakeholders, hebben we in deze twee programmalijnen een adviesgroep samengesteld met een brede vertegenwoordiging van alle belanghebbenden. Deze twee programmaonderdelen zijn uitgewerkt met Team Uden Centrum, op basis van heldere kaders en uitgangspunten. Doel van dit participatietraject was onder andere, om Team Uden Centrum een advies te laten uitbrengen gericht op de programmaonderdelen 2 en 3, als uitwerking van de strategische uitgangspunten: Groen centrum, Levendig centrum/beleving en Toegankelijk centrum.

Maart – mei 2020: Voorbereiding vervolgtraject participatie door Stad & Co

- Opstellen Materialenbak: Het participatietraject, dat in aanloop naar het vaststellen van de strategische uitgangspunten voor de centrumvisie is doorlopen, heeft een schat aan waardevolle informatie opgeleverd. Concrete ideeën, nieuwe denkrichtingen, logische oplossingen en creatieve invullingen die nu als bouwstenen kunnen dienen en daarom zijn gebundeld in de 'Materialenbak'.
- Uitwerken Plan van Aanpak vervolgtraject participatie door Stad & Co, voor deze twee programmalijnen
- Deskresearch: Compacte en doelgerichte inventarisaties (van vergelijkbare centra) voor het vervolgtraject en naar ervaringen (met experimenten) in de openbare ruimte.

Juni 2020: Opdracht voor het vervolgtraject participatie door Stad & Co

Een slagvaardige participatieaanpak met alle stakeholders, vanuit een vertegenwoordiging in Team Uden Centrum, dat inzet op breed gedragen input voor het beantwoorden van de hoofdvragen: Hoe komt de Markt eruit te zien en wanneer is een centrum levendig en heeft het betekenis? De gemeenteraad is hierover in juni 2020 geïnformeerd middels een raadsinformatienota: Het vervolgtraject centrumvisie voor Uden, bijgevoegd als bijlage 1b.

Juli – augustus 2020: Delen aanpak vervolgtraject en werven leden Team Uden Centrum

Er is een kleine campagne opgetuigd om het Plan van Aanpak voor de centrumvisie en de Materialenbak te delen met belanghebbenden/geïnteresseerden, in de volgorde: 1. Mensen die eerder betrokken waren bij het participatieproces in 2019, 2. Centrumondernemers en vastgoedeigenaren, 3. Inwoners/belangstellenden. Gelijktijdig is de wervingscampagne gestart om (individuele) leden te werven voor Team Uden Centrum.

Juli – november 2020: Vaststellen kaders en uitgangspunten voor Team Uden Centrum

Het college is middels een interactieve sessie geïnspireerd en gevraagd kaders mee te geven voor het verdere traject voor Team Uden Centrum. Met als doel om aan de voorkant helder te hebben, waar het gesprek in Team Uden Centrum over kan en mag gaan. Deze kaders en uitgangspunten zijn door het college vastgesteld (november 2020) en besproken met de gemeenteraad tijdens een beeldvormende avond (december 2020) aan de hand van de informatienota: De kaders en uitgangspunten voor Team Uden Centrum (Centrum), bijgevoegd als bijlage 1c.

Sep 2020 – jan 2021: Opstellen denkraam Duurzame mobiliteit

- Als invulling van de wens van het college om het thema duurzame mobiliteit mee te nemen in de verdere uitwerking van de centrumvisie.
- Bureau Sweco heeft een visie opgesteld op duurzame bereikbaarheid van het centrum Uden, op de vijf thema's, te weten actieve mobiliteit: lopen en fietsen (1), openbaar vervoer (2), deelmobiliteit en hubs (3), auto en parkeren (4) en elektrisch vervoer (5). Bijgevoegd als bijlage 4.

November 2020 – maart 2021: Vijf interactieve bijeenkomsten met Team Uden Centrum.

Team Uden Centrum is samengesteld uit 20 leden, met daarin een gelijke verdeling van de zakelijk betrokkenen (10 leden) en maatschappelijk betrokkenen (10 leden). Dit betreffen zowel leden die namens een belangenvereniging/organisatie/gedeeld belang deelnemen, als individuele deelnemers. Zie desgewenst voor een nadere toelichting de raadsinformatienota: Het vervolgtraject centrumvisie voor Uden, bijgevoegd als bijlage 1b.

De volgende organisaties zijn benaderd om iemand af te vaardigen om hun belangen te vertegenwoordigen: UCO, HUVO, Markt Advies Commissie, vastgoedeigenaren, projectontwikkelaars, UOV De Kring/Misfits, Udense Uitdaging, VVV, Gebiedsplatform Centrum, Culturele instellingen, Adviesraad Sociaal Domein, Fietsforum en Udenaar de Toekomst. Daarnaast zijn zetels ter beschikking gesteld (tot een maximum van totaal 20) voor individuele leden, die vanuit belangstelling, kennis of een gedeeld belang deelnemen (zoals de centrumbewoners).

Er zijn in totaal vijf werksessie geweest:

November 2020 werksessie 1: Kick-off
 December 2020 werksessie 2: Verhelderen kaders en uitgangspunten
 Januari 2021 werksessie 3: Aan de lag met ambities
 Februari 2021 werksessie 4: Duurzame bereikbaarheid en mobiliteit
 Maart 2021 werksessie 5: Hoofdpijnen centrumvisie

Een nadere (inhoudelijke) beschrijving van de werksessies maakt onderdeel uit van het advies van Stad & Co voor deze twee programmalijnen, dat deel uitmaakt van bijlage 3.

Maart 2021: Advies uitgebracht door Stad & Co voor deze twee programmalijnen

Als eindresultaat van dit traject, als input voor de besluitvorming over de hoofdvragen: Hoe komt de Markt eruit te zien en wanneer is een centrum levendig en heeft het betekenis? Dit advies is bijgevoegd als bijlage 3.

Fase 4: Van visie naar realisatie (2021 e.v.)

Als start van deze vervolg fase 4: Van visie naar uitvoering, was in het raadsadvies rondom de strategische uitgangspunten (besluit januari 2020), opgenomen:

“Daarom zetten we in op een Centrumvisie met een uitvoeringsprogramma, waarin keuzes worden gemaakt wie welke rol pakt en wie welke bijdrage levert. En waarin ook de actieve rol van de gemeente is geduid”.

Op dit voornemen heeft de coronapandemie grote invloed gehad. Wij zijn niet toegekomen aan het (uitvoerig) bespreken hiervan met de stakeholders. De belangrijkste redenen zijn de wens om besluitvorming door de gemeenteraad, ook met het oog op de aanstaande herindeling en de lokale verkiezingen in november aanstaande, liefst nog vóór de zomer plaats te laten vinden. En de signalen van (sommige van) de stakeholders, dat het louter digitaal kunnen participeren, zijn grenzen heeft bereikt.

Wel hebben we al een voorzet gedaan in de centrumvisie voor een aantal uitvoeringsaspecten, die we nu al zien, zodat we niet alleen een visie hebben maar ook stappen kunnen gaan zetten, in de uitvoering hiervan. Deze zijn echter nog niet (concreet) met de stakeholders besproken. In bijlage 5: Van visie naar uitvoering, hebben we deze uitvoeringsaspecten opgesomd. En deze verdeeld in twee groepen, te weten: “Onderdeel van dit raadsbesluit” en “Separaat besluit om te gaan onderzoeken/uitwerken”.

Met “Onderdeel van dit raadsbesluit” wordt bedoeld, dat deze (nu kunnen) worden opgepakt. Voorwaarde is dat er een werkbudget voor handen is. Met “Separaat besluit om te gaan onderzoeken / uitwerken” wordt bedoeld, dat deze separaat geïnitieerd worden (op enig moment), om mee aan de

slag te gaan. En derhalve niet als onderdeel van dit besluit (kunnen) worden opgepakt. De nieuwe gemeente Maashorst kan dan straks aan deze laatste groep maatregelen budgetten toekennen en daarmee de voorgestelde prioritering en planning bevestigen. Deze zijn ook nog niet (concreet) met de stakeholders besproken.

Bijlage 1a – Participatie Centrumvisie Uden

Deze bijlage is opgesteld door Stad & Co: een adviesbureau op het gebied van publiek-private samenwerking. In opdracht van de gemeente Uden heeft Stad & Co de participatie richting strategische uitgangspunten vormgegeven en begeleid, zowel procesmatig als inhoudelijk. Hierbij is tevens de expertise ingezet van betrokken ambtenaren en van Martijn van Dijck (stadschoreograaf; zie toelichting bijeenkomsten).

In deze bijlage delen wij de visie van Stad & Co op participatie, lichten we het proces toe van het participatietraject in Uden, en beschrijven we de inhoudelijke bijdragen van de deelnemers in hoofdlijnen. Verslagen van de verschillende participatiemomenten, alsook het werkboek, zijn te raadplegen via de projectpagina.

Visie Stad & Co op participatie

Stad & Co ziet participatie als een waardevol én essentieel onderdeel van de visievorming voor het centrum van Uden. Enerzijds om een inhoudelijke reden: als verschillende perspectieven belicht worden, en er ruimte wordt geboden voor een kritische tegenkracht, leidt dit tot een sterkere toekomstvisie. Daarbij is het belangrijk dat verschillende doelgroepen input leveren: ze brengen expertise in als (toekomstige) gebruikers van het centrum.

Anderzijds is participatie belangrijk om een procesmatige reden: de ambities voor de toekomst van Uden centrum kunnen alleen worden waargemaakt wanneer er een breed draagvlak voor is. Niet alleen tijdens de visievorming, maar juist ook in de fases van planvorming en uitvoering is het belangrijk dat ondernemers, eigenaren, bewoners en andere belanghebbenden samen met de gemeente hun handen ineenslaan. En om ze te stimuleren zich hieraan te committeren, moet de centrumvisie door alle partijen worden gedragen.

Tijdens het traject in Uden hebben de belanghebbenden zich over vele verschillende onderwerpen gebogen. Belangrijk om te vermelden is dat hun input is vertaald naar de strategische uitgangspunten en een plek krijgt in de ontwikkeling van de uiteindelijke centrumvisie, naast de input van gemeentelijke experts en externe deskundigen. De verschillende perspectieven zijn/worden gewogen vanuit het collectieve belang van het centrum, waarbij de uitkomsten niet aan alle individuele belangen tegemoet kunnen komen. Hierbij wordt ook rekening gehouden met de ontwikkelingen die Uden centrum de komende tijd te wachten staat, zoals op het gebied van duurzaamheid en retail, en waarover ook tijdens de verdere vorming van de centrumvisie aanvullende expertise zal worden ingewonnen.

Infographic

Om het proces en de bevindingen van het participatietraject richting strategische uitgangspunten op een heldere en toegankelijke wijze te presenteren, hebben we een infographic gemaakt. Voordat deze met de gemeenteraadsleden is gedeeld, is er eerst bij enkele deelnemers van de sessies getoetst of ze zich hierin herkenden. Zie hiervoor bijlage 1a.



Toelichting proces

Het participatietraject richting de strategische uitgangspunten bestond uit in totaal 10 bijeenkomsten, gevolgd door een breed gecommuniceerde enquête. Bijlage 1b geeft een

Overzicht communicatie rond burgerparticipatie Centrumvisie

Bijeenkomst/activiteit	Brief	E-mailing	Bericht op gemeentelijke infopagina Uden website	Bericht op website	Bericht op social media	Overige middelen	Aantal deelnemers
12 juni 2019 Startbijeenkomst	Uitnodiging voor bijeenkomst: 3000; enquête aan +/- 3.000 ondernemers in Uden	Alle stakeholders cmt bijlage 1b-2. Zoals: UCO HVOO Ondernemers: De Kring Platform Centrum-Well	+	+	+	Overseer door verhuurder in uitnodiging D-iv Bericht op intranet gemeente Werkboek startbijeenkomst	120
25 september 2019 Kick-off werkgroepssessies	Uitnodiging aan +/- 2.500 centrumbewoners in nauw overleg met gebiedsplatform	Alle mensen die zich hadden aangemeld voor 12/6/18) UCO HVOO	+	+	+	Promoties van jongeren heeft afv. flyer op vrijdag 10/9 op straat 'winkelwiel' onder leiding van jongeren Werkboek werkgroepssessies Bericht op intranet	80
28 september	-	- reminder	-	-	-	-	16

overzicht van de communicatie en werving voor de verschillende participatiemogelijkheden.

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 Dijk (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	Informeren 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	Informeren 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 bevroegde functies op die plek (27% zeer belangrijk; 13% belangrijk).

Economisch vitaal

Functiemenging 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.

Bijlage 1b: Stakeholders Centrumvisie

Lijst stakeholders die zijn uitgenodigd deel te nemen aan het Participatietraject Centrumvisie

- a) Alle ondernemers in Uden
- b) Vastgoed eigenaren in het centrum
- c) Besturen HUVO en UCO
- d) Bewoners centrumgebied. In overleg met het Gebiedsplatform centrum is:
 - i) Het gebied afgebakend tot de bewoners binnen de centrumring.
 - ii) Voor de 1^e bijeenkomst op 12 juni afgesproken de bewoners hiervan in kennis te stellen via de site van het gebiedsplatform
 - iii) Voor het vervolgtraject afgesproken dat we samen met het gebiedsplatform een brief opstellen die we in het benoemde gebied huis aan huis gaan verspreiden en waarin we de bewoners naast informeren, vragen een actieve rol te pakken in het participatietraject.
- e) Bezoekers centrumgebied.
- f) Udenaar de toekomst
- g) Udense uitdaging
- h) UOV De Kring / Misfits
- i) Adviesraad sociaal domein
- j) Fietsforum
- k) Markt Advies Commissie (MAC)
- l) Culturele instellingen, zoals De Pul, Markant
- m) Projectontwikkelaars (is lastig gebleken)
- n) VVV
- o) Provincie
- p) Gemeenteraad



19.141651

INFORMATIENOTA

AAN DE RAAD

Zaakdossier: 43100155

Auteur	: ir. R.G.L. Francissen
Afdeling	: Ruimte
E-mail	: Ralf.Francissen@uden.nl
Port.	: G. van Heeswijk

Onderwerp

Project centrumvisie

Kennisnemen van

Het vervolgtraject centrumvisie voor Uden

Inleiding

Op 30 januari 2020 heeft de gemeenteraad ingestemd met de volgende 5 Strategische Uitgangspunten. Deze vormen het kader voor de op te stellen centrumvisie voor Uden en zijn het resultaat van het participatietraject met stakeholders.

1. Economisch vitaal centrum
2. Groen centrum
3. Levendig centrum/beleving
4. Toegankelijk centrum
5. Herkenbaar en onderscheidend centrum

De eerste vier zijn opgepakt via het traject Centrumvisie, het vijfde uitgangspunt is onderdeel van het project Uden Marketing. Tijdens de behandeling heeft de raad het college meegegeven:

- De raad is bijzonder tevreden over de wijze waarop wij het participatietraject invulling hebben gegeven en de rol die de individuele raadsleden daarin hebben gekregen. Het college heeft daarbij aangegeven dat ook voor het vervolgtraject alle stakeholders middels een intensief participatietraject betrokken blijven. Waarbij de participatie niet wordt overgedaan, maar zodanig wordt ingericht, dat de opgehaalde kennis wordt toegepast in de uitwerking van programmaonderdelen. De ondernemers krijgen ook nu een belangrijke rol in de nadere uitwerking van de strategische uitgangspunten.
- De raad heeft aangegeven dat de wijze waarop de dilemma's en vragen zijn gedefinieerd goed inzicht geeft in de opgaven die voor ons liggen. En dat dit een goede aanzet is om te komen tot een centrumvisie. De raad vraagt daarbij aandacht voor een goede afweging van alle belangen. Wie en wat wil je zijn met het centrum van Uden? Waarom? Geef het centrum betekenis. De raad geeft mee zorgvuldig te werk te gaan en de samenwerking op te zoeken. Gebruik kennis van deskundigen en van ervaring die is opgedaan in vergelijkbare steden.

Het opstellen van de centrumvisie is als een programma vormgegeven. De feedback van de raad is verwerkt in de aanpak. We onderscheiden een drietal programmaonderdelen (hoofdvragen):

1. Wat is een economisch vitaal centrum en hoe komt dit eruit te zien? (Bro)
2. Hoe komt de Markt eruit te zien? (Stad & Co)
3. Wanneer is een centrum levendig en heeft het betekenis? (Stad & Co)

De strategische uitgangspunten worden langs deze programmalijnen uitgewerkt. Deze programmaonderdelen worden apart van elkaar uitgewerkt, maar wel in onderlinge samenhang, met input vanuit onderzoeken en het voortraject (voor dit laatste zie hieronder: De Materialenbak).

Materialenbak

Het participatietraject, dat in aanloop naar het vaststellen van de strategische uitgangspunten voor de centrumvisie is doorlopen, heeft een schat aan waardevolle informatie opgeleverd. Concrete ideeën, nieuwe denkrichtingen, logische oplossingen en creatieve invullingen die nu als bouwstenen kunnen dienen en daarom zijn gebundeld in deze 'Materialenbak'. De kaarten in deze Materialenbak dienen als hulpmiddel voor het maken van een verdiepingsslag richting centrumvisie, waarbij bekeken wordt of de ideeën en inzichten kunnen worden toegepast op specifieke locaties en opgaven in het centrum. Deze Materialenbak is/wordt gepubliceerd op de gemeentelijke projectpagina (zie verderop onder communicatie)

Programmaonderdeel 1: Wat is een economisch vitaal centrum en hoe komt dit eruit te zien?

De gemeente Uden hecht veel waarde aan draagvlak voor de te maken keuzes, voor dit programma-onderdeel met name van ondernemers en vastgoedeigenaren in het centrum. Deze zakelijke stakeholders hebben een belangrijke rol om samen met de gemeente de gekozen richting ook tot uitvoering te brengen. Met het participatietraject is het de ambitie om nadere afspraken te maken over de invulling van een vitaal centrum en de volgende stappen.

De centrumvisie dient een visie te geven op de ontwikkeling van het centrum, waarin een afweging wordt gemaakt over de omvang, functie en het karakter van het Udense centrum. Om een goede afweging te maken, hebben de stakeholders behoefte aan inzicht in de distributieplanologische mogelijkheden voor retail en horeca. Hiertoe is een marktanalyse uitgevoerd. Deze marktanalyse voorziet in een behoefteonderzoek en de kansen voor aanbodversterking en kansrijke gebieden. De analyse vormt een goede basis om gezamenlijk met de stakeholders aan de slag te gaan.

Het eindresultaat van dit traject is een advies aan de raad, als input voor de besluitvorming over de hoofdvraag: Wat is een economisch vitaal centrum en hoe komt dit eruit te zien? Een definitief rapport van de marktanalyse maakt hier deel van uit.

Programmaonderdelen 2 en 3: Hoe komt de Markt eruit te zien en wanneer is een centrum levendig en heeft het betekenis?

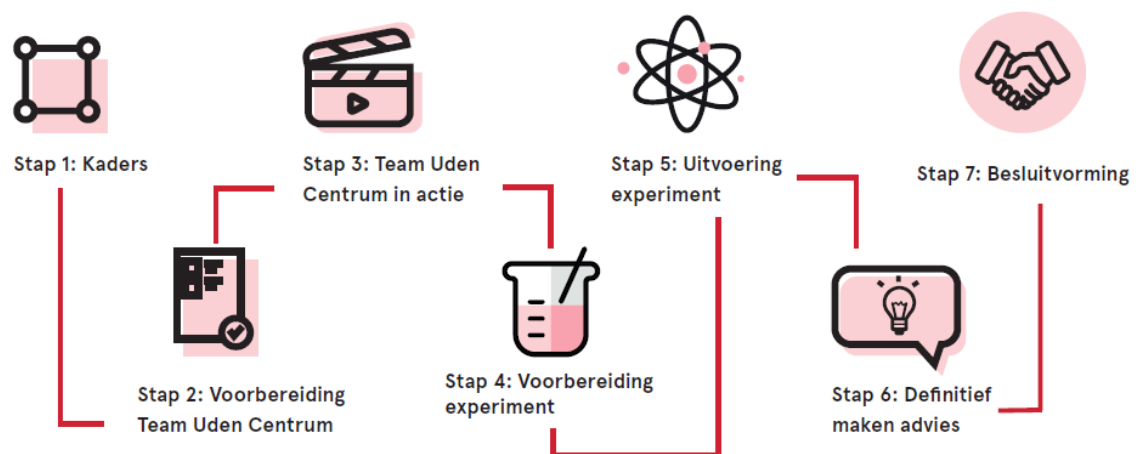
In dit vervolgetraject hebben we aandacht voor een goede afweging van alle belangen, en zorgen we dat we de reeds afgeronde participatie zoveel mogelijk benutten en niet overdoen. We kiezen voor samenstelling van een adviesgroep met stakeholders die de verschillende belangen goed vertegenwoordigen, genaamd Team Uden Centrum. Zie voor een korte toelichting de bijlage 1: Team Uden Centrum.

Indien er tijdens een werksessie gestemd moet worden, bijvoorbeeld op mogelijke scenario's voor de inrichting van de Markt, dan tellen de stemmen van de deelnemers in dit team met een zakelijk belang voor 50% mee, en die van de deelnemers met een maatschappelijk belang ook voor 50% (ongeacht het

absolute aantal deelnemers in elk van beide categorieën). De uitkomsten worden dan ook op deze wijze voorgelegd aan de gemeenteraad. De gedachte is dat wanneer de zakelijke belangen en de maatschappelijke belangen geen consensus opleveren, de gemeenteraad de belangen zal afwegen. We hopen en zetten natuurlijk ook in op consensus in het Team Uden Centrum.

In dit traject is ook voorzien in een experiment op de Markt om de ideeën die leven onder de stakeholders te ervaren in de praktijk. Dit experiment wordt vooraf met het college afgestemd en pas uitgevoerd na instemming van het college. De raad zal hierover dan worden geïnformeerd. Indien gewenst kunnen we het experiment ook (pas) uitvoeren op een ander moment, bijvoorbeeld nadat de raad heeft besloten over de centrumvisie. Voor een nadere toelichting zie desgewenst het Plan van Aanpak. Deze is/wordt gepubliceerd op de gemeentelijke projectpagina (zie verderop onder communicatie)

Het stappenplan voor deze programmaonderdelen:



Het eindresultaat van dit traject zijn twee adviezen aan de raad, als input voor de besluitvorming over de hoofdvragen: Hoe komt de Markt eruit te zien en wanneer is een centrum levendig en heeft het betekenis?

Advies over de Markt

Dit is een advies over de toekomstige inrichting en het toekomstige gebruik van de Markt. Het betreft een toekomstbeeld (visie) met keuzes op hoofdlijnen. Onderdeel van dit advies is een wensbeeld: een visueel aantrekkelijke schets van het gekozen toekomstbeeld voor de Markt. De praktische uitwerking van het advies volgt in een latere fase, na vaststelling van de centrumvisie.

Advies over het centrum

Dit is een advies over het komen tot een levendig centrum met betekenis, waarvoor voor een deel elementen uit het participatietraject voor de Markt worden toegepast, evenals uit het marktonderzoek met bijbehorend participatietraject en de materialenbak. Als het experiment op de Markt plaatsvindt, leidt dit mogelijk ook tot inzichten die relevant zijn voor de rest van het centrum. Op basis daarvan kan het advies voor het centrum verder worden aangescherpt.

Kernboodschap

We beogen een toekomstbestendig en bruisend centrum, waar het goed wonen, werken, ondernemen en toeven is en dat het verzorgingsgebied van de regio blijft. Dit kan 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 moeten leiden tot meerwaarde voor het centrum in de vorm van betekenisvolle plekken.

Om tot een toekomstgericht centrum te komen, is het belangrijk alle stakeholders te betrekken, ook in het vervolgtraject. Als gemeente opereren wij in een breed speelveld van stakeholders en afhankelijkheden. Alleen door gezamenlijk op te trekken, kan deze accentverschuiving in gang worden gezet. Draagvlak is de sleutel tot succes. We betrekken de stakeholders dan ook nadrukkelijk in alle programmaonderdelen.

We willen ook de raad graag betrekken. Het programma voorziet in een raadsinformatiebijeenkomst om uw raad tussentijds mee te nemen in de voortgang en tussenresultaten. Bovendien bent/wordt u als raadslid voor alle openbare bijeenkomsten uitgenodigd. Ten slotte wordt in het kader van de besluitvorming aan het einde van de participatietrajecten, analoog aan het besluit Strategische Uitgangspunten, de BOB-cyclus gestart met een (2^e) raadsinformatiebijeenkomst. Tijdens deze bijeenkomst worden de concepten gepresenteerd, zodanig dat de raad in de gelegenheid wordt gesteld hierop te reageren, alvorens de stukken voor besluitvorming aan de raad worden voorgelegd.

Desgewenst kan de raad aan de hand van deze informatienota (nu al) reageren en kunnen wij als college deze reactie(s) meenemen in de verdere uitwerking. In overleg met de griffie willen we u ter overweging meegeven om ook een rol te pakken tijdens een bijeenkomst (van Team Uden Centrum). Als u hier op voorhand ideeën over heeft, dan horen wij die graag.

Communicatie

Het Plan van Aanpak van het programma voorziet in een communicatiekalender rond tevoren vastgestelde mijlpalen en onderdelen. Deze kalender is leidend voor de communicatie met belanghebbenden en inwoners/bezoekers/geïnteresseerden in het algemeen en college en raad in het bijzonder. Daar waar mogelijk wordt gewerkt met digitale, online communicatiemiddelen, zoals Zoom en participatieplatforms (met mogelijkheden als: online enquête, webinar, reactieforum, ideeëngeneratie).

Als eerste stap wordt een kleine campagne opgetuigd om het Plan van Aanpak voor de centrumvisie en de Materialenbak te delen met belanghebbenden/geïnteresseerden, in de volgorde: 1. Mensen die eerder betrokken waren bij het participatieproces in 2019, 2. Centrumondernemers en vastgoedeigenaren, 3. Inwoners/belangstellenden. Gelijktijdig start de wervingscampagne om leden te genereren voor de samenstelling van Team Uden Centrum.

Alle benoemde stukken, zoals het Plan van Aanpak en de Materialenbak zijn/worden gepubliceerd op de gemeentelijke projectpagina (in verband met het zomerreces kan wat later gepubliceerd worden): www.uden.nl/inwoners/projecten/centrumvisie/

Vervolg

De bereidheid en beschikbaarheid van de stakeholders (in deze crisistijden) kan (zal) van invloed zijn op het proces. De huidige coronacrisis gaat gepaard met veel onzekerheden en vereist zorgvuldigheid. De voorziene integrale en participatieve (online en offline) aanpak is erop gericht, om in dit speelveld met alle stakeholders aan de slag te gaan. Zodanig dat dit zal plaatsvinden in een veilige omgeving en met aandacht voor de coronaregels. Hierdoor kunnen (zullen) processtappen meer tijd nemen, dan op

voorhand voorzien en gehoopt. Daarnaast geldt dat in een goed participatietraject ook ruimte is voor de stakeholders, om invloed te (gaan) hebben op het proces.

Onze inzet is om in de 1^e helft van 2021 in de gelegenheid te stellen om te besluiten over de Centrumvisie voor Uden. Eerder was gedacht dat dit nog in 2020 zou kunnen. Echter dat is helaas, als een direct gevolg van de coronacrisis, niet langer haalbaar.

Bijlagen

Bijlage 1: Team Uden Centrum voor een korte toelichting

Uden,
Burgemeester en wethouders van Uden
de secretaris de burgemeester

drs. D. van Deurzen drs. H.A.G. Hellegers

Bijlage 1c – i: Team Uden Centrum

De raad vraagt bij de participatie nadrukkelijk aandacht voor een goede afweging van alle belangen en geeft daarnaast aan dat de participatie niet moet worden overgedaan. We kiezen er dan ook voor om een adviesgroep met stakeholders samen te stellen die de verschillende belangen goed vertegenwoordigt en gedurende het hele vervolgtraject advies uitbrengt via deelname aan vijf werksessies. Deze groep, genaamd Team Uden Centrum, zal bestaan uit circa 20 deelnemers. De samenstelling van dit team vindt op nauwkeurige wijze plaats. We hebben hierbij aandacht voor inhoudelijke diversiteit: we streven een team na met een diversiteit aan invalshoeken en belangen.

Concreet zal Team Uden Centrum voor de helft bestaan uit zakelijk betrokkenen en voor de helft uit maatschappelijk betrokkenen. Hierbij is zowel ruimte voor leden die namens een belangenvereniging / organisatie deelnemen, als voor individuele deelnemers. Zie voor een overzicht Tabel 1.

Samenstelling Team Uden Centrum (circa 20 leden)	
Zakelijke belangen (50%)	Maatschappelijke belangen (50%)
Belangenverenigingen/organisaties	Belangenverenigingen/organisaties
HUVO	7. Gebiedsplatform Centrum
UCO	8. Adviesraad Sociaal Domein
Markt Advies Commissie (MAC)	9. Culturele instelling (De Pul/Markant)
Udense Uitdaging	10. Fietsforum
UOV De Kring/Misfits	11. Udenaar de Toekomst
VVV	
Niet-verenigd	Niet-verenigd
Vastgoed/beleggers centrum	Cultuur
Projectontwikkelaars centrum	Onderwijs
Overige individuele deelnemers	Overige individuele deelnemers

Tabel 1: Beoogde samenstelling Team Uden Centrum

De belangenverenigingen/organisaties (zowel zakelijk als maatschappelijk) dragen elk maximaal één deelnemer aan. We hanteren hierbij de lijst van stakeholders die we eerder met de raad hebben afgesproken (bijlage bij besluit Strategische Uitgangspunten). Zo kan het Gebiedsplatform Centrum bijvoorbeeld één deelnemer afvaardigen om de belangen van centrumbewoners te vertegenwoordigen. Evenals de UCO voor de belangen van de centrumondernemers. De overige minimaal 9 plekken in het team (en ook de plekken die niet ingevuld worden door een belangenvereniging/organisatie) zijn beschikbaar voor individuele deelnemers. De individuele deelnemers vertegenwoordigen geen organisatie, maar zijn bijvoorbeeld als bewoner, ondernemer of ervaringsdeskundige betrokken en willen hun steentje bijdragen. Op deze wijze kunnen er meer bewoners en ook meer ondernemers zitting hebben in het team, om hun belangen te vertegenwoordigen. Maar hoeft niet te worden bepaald aan de voorkant, welke belangenorganisatie belangrijker is dan een andere, e.g. meer teamleden mag aandragen dan een andere.

Voor deze individuele deelnemers is een wervings- en selectieprocedure ingericht. We hopen onder andere dat er via een individuele deelnemer vanuit het perspectief van jongeren wordt meegedacht over de toekomst van het centrum van Uden. De eerste selectie van deelnemers zal plaatsvinden door

Stad & Co, als onafhankelijke partij. Daarna vindt er afstemming plaats met de gemeente op basis van inhoudelijke en lokale kennis en ervaringen.

Indien er tijdens een werksessie gestemd moet worden, bijvoorbeeld op 1 van meerdere scenario's voor de inrichting van de Markt, dan tellen de stemmen van de deelnemers met een zakelijk belang voor 50% mee, en die van de deelnemers met een maatschappelijk belang ook voor 50% (ongeacht het absolute aantal deelnemers in elk van beide categorieën). De uitkomsten worden dan ook op deze wijze voorgelegd aan de raad. De gedachte is dat wanneer de zakelijke belangen en de maatschappelijke belangen geen consensus opleveren, de raad de belangen zal afwegen. We hopen en zetten natuurlijk ook in op consensus in het Team Uden Centrum.

Met Team Uden Centrum wordt ingezet op een goede afweging van alle belangen, op basis van duidelijke kaders aan de voorkant (zie hieronder). Stad & Co zet zowel inhoudelijke als procesmatige expertise in. Daarbij wordt deskresearch uitgevoerd naar centrumvisies van vergelijkbare gemeenten en naar ervaringen met experimenten in de openbare ruimte. Met het beoogde experiment worden de ideeën die leven onder de stakeholders, ervaren in de praktijk, waardoor (tijdig) gestuurd kan worden.

Kaders

Het op voorhand scheppen van duidelijke kaders is de allerbelangrijkste stap voor het welslagen van de participatie. We betrekken tijdens de participatie veel verschillende belanghebbenden die graag willen meedenken en meedoen in dit proces richting een nieuwe centrumvisie. Tijdens dit proces zijn we uiteraard op zoek naar creatieve ideeën en oplossingen, maar daarbij wordt er wel gewerkt binnen duidelijke kaders.

Stad & Co gaat voorafgaand aan de start van het participatietraject met zowel de betrokken ambtenaren als de bestuurders van de gemeente Uden (het college van B&W) in overleg over de kaders van het overkoepelende traject richting de centrumvisie, waar het Stad & Co-traject onderdeel van uitmaakt. Vragen die daarbij aan de orde zullen komen, zijn bijvoorbeeld: Wat zijn de financiële kaders voor de realisatie van de centrumvisie (voor zover nu al bekend)? Met welke beleidskaders en overige ontwikkelingen in (het centrum van) Uden moeten we rekening houden? In welke mate zijn de bevindingen van het experiment op de Markt leidend voor de toekomstige inrichting van deze plek? De overkoepelende kaders worden uiteindelijk in de vorm van een advies voorgelegd aan het college voor besluitvorming. Binnen deze overkoepelende kaders zullen we de relevante kaders voor het participatietraject uitwerken.

Voor de volledige uitleg zie de publieksversie van het Plan van Aanpak door Stad & Co op de gemeentelijke projectpagina: <https://www.uden.nl/inwoners/projecten/centrumvisie/>

INFORMATIENOTA

AAN DE RAAD

Zaakdossier: D00191911

Auteur	: ir. R.G.L. Francissen
Afdeling	: Ruimte
E-mail	: Ralf.Francissen@uden.nl
Port.	: G. van Heeswijk

Onderwerp

Project centrumvisie

Kennisnemen van

De kaders en uitgangspunten voor Team Uden Centrum (Centrumvisie)

Inleiding

Op 30 januari 2020 heeft de gemeenteraad ingestemd met de volgende 5 Strategische Uitgangspunten. Deze vormen het kader voor de op te stellen centrumvisie voor Uden en zijn het resultaat van het participatietraject met stakeholders.

1. Economisch vitaal centrum
2. Groen centrum
3. Levendig centrum/beleving
4. Toegankelijk centrum
5. Herkenbaar en onderscheidend centrum

De eerste vier zijn opgepakt via het traject Centrumvisie, het vijfde uitgangspunt is onderdeel van het project Uden Marketing. Het opstellen van de centrumvisie is als een programma vormgegeven. De feedback van de raad is verwerkt in de aanpak. We onderscheiden een drietal programmaonderdelen (hoofdvragen):

1. Wat is een economisch vitaal centrum en hoe komt dit eruit te zien? (Bro)
2. Hoe komt de Markt eruit te zien? (Stad & Co)
3. Wanneer is een centrum levendig en heeft het betekenis? (Stad & Co)

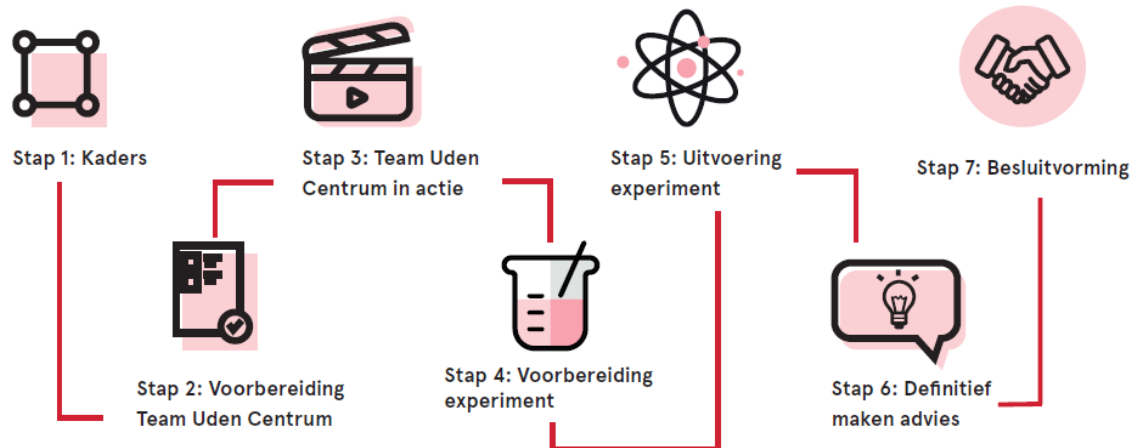
De strategische uitgangspunten worden langs deze programmalijnen uitgewerkt. Deze programmaonderdelen worden apart van elkaar uitgewerkt, maar wel in onderlinge samenhang, met input vanuit onderzoeken en het voortraject. U bent hierover op 22 juli jl. geïnformeerd middels een raadsinformatienota. Deze informatie is ook op de projectsite te raadplegen.

Inmiddels is in de 1^e programmalijn op 28 oktober jl. de eerste (digitale) bijeenkomst met de zakelijke stakeholders gehouden, op basis van de concept marktanalyse, gericht op een advies aan de raad, als

input voor de besluitvorming over de hoofdvraag: Wat is een economisch vitaal centrum en hoe komt dit eruit te zien?

De voorliggende raadsinformatienota informeert u aanvullend over de 2^e en 3^e programmalijn.

Hieronder zijn (nogmaals) de stappen weergegeven, die voorzien zijn voor de 2^e en 3^e programmalijn:



Als uitwerking van stap 2: Voorbereiding Team Uden Centrum, is Inmiddels de adviesgroep met stakeholders samengesteld (i.v.m. de AVG benoemen we geen namen):

Vertegenwoordiging van zakelijk/economisch belang	Vertegenwoordiging van maatschappelijk belang
1 persoon namens de horeca (Huvo) 1 persoon namens de centrumondernemersvereniging (UCO) 1 persoon namens de Marktadviescommissie (MAC) 1 persoon namens UOV/De Kring 1 persoon namens de eventensector (CV Knoerissen) 1 persoon namens de kermisexploitanten 1 persoon namens het belang van vastgoedeigenaren 3 individuele aanmeldingen (ondernemers), waaronder een horecaondernemer en vastgoedondernemer.	1 persoon namens het gebiedsplatform Centrum 1 persoon namens de Adviesraad Sociaal Domein 1 persoon namens de cultuursector 1 persoon namens het Fietsforum 1 persoon namens Udenaar de Toekomst 5 individuele aanmeldingen, waaronder 2 centrumbewoners en 3 bezoekers.
Totaal: 10	Totaal: 10

Team Uden Centrum vertegenwoordigd de verschillende belangen en is de spil in het participatietraject voor deze twee programmaonderdelen. Dit participatietraject bestaat uit vier onderdelen:

- Werksessies met Team Uden Centrum om een advies te ontwikkelen voor de Markt en een advies voor een levendig centrum met betekenis;
- Een experiment: een tijdelijke nieuwe inrichting van de Markt op basis van het ontwikkelde advies voor de Markt dit (is optioneel en tevens uit te voeren als losstaande module);
- Collegebijeenkomsten;
- Raadsinformatiebijeenkomsten.

Wat betreft de raadsinformatiebijeenkomsten hebben wij u voor de zomer geïnformeerd dat het programma voorziet in een raadsinformatiebijeenkomst om uw raad tussentijds mee te nemen in de voortgang en tussenresultaten. Bovendien bent/wordt u als raadslid voor alle openbare bijeenkomsten uitgenodigd. En wordt in het kader van de besluitvorming aan het einde van de participatietrajecten, analoog aan het besluit Strategische Uitgangspunten, de BOB-cyclus gestart met een (2^e) raadsinformatiebijeenkomst. Tijdens deze bijeenkomst worden de concepten gepresenteerd, zodanig dat de raad in de gelegenheid wordt gesteld hierop te reageren, alvorens de stukken voor besluitvorming aan de raad worden voorgelegd.

Kernboodschap

Als uitwerking van stap 1: Kaders hebben we inmiddels de kaders en uitgangspunten vastgesteld voor Team Uden Centrum. In aanvulling op de reeds benoemde afstemming met de raad, willen wij graag ook met de raad in gesprek over de door ons benoemde kaders en uitgangspunten voor Team Uden Centrum. Wij hebben dit onderwerp geagendeerd voor de raadsinformatiebijeenkomst op 10 december a.s.

Dan presenteren wij graag de kaders en uitgangspunten zoals die door ons zijn vastgesteld, zodat u hierop kunt reageren en wij uw feedback ook mee kunnen geven aan Team Uden Centrum. Deze kaders en uitgangspunten zijn bijgevoegd als bijlage 1 bij deze informatienota.

Idealiter zou deze raadsinformatiebijeenkomst volgtijdelijk zijn aan de eerste bijeenkomst met Team Uden Centrum. Op dit moment zijn wij vergevorderd met stap 2: Voorbereiding Team Uden Centrum. Om niet onnodig tijd te verliezen, hebben wij ervoor gekozen om vooruitlopend op 10 december alvast te starten met stap 3: Team Uden Centrum in actie, met de eerste bijeenkomst (digitaal) van Team Uden Centrum (nu voorzien op 25 november a.s.). En zetten wij erop in, om ook de 2^e bijeenkomst met Team Uden Centrum te organiseren voor 10 december (nu voorzien op 9 december a.s.). Voorzien zijn vijf bijeenkomsten. Indien blijkt, dat even pas op de plaats nodig is (om welke reden dan ook), dan zullen wij dat ook doen.

Het zou het proces ten goede kunnen komen, om indien u een reactie heeft op de door ons benoemde kaders en uitgangspunten, dat u al reageert voor 10 december. Hiermee kunnen wij uw reactie(s) alvast meenemen in de verdere voorbereiding van stap 2: Voorbereiding Team Uden Centrum en/of bij de start van stap 3: Team Uden Centrum in actie.

Communicatie

Alle eerder benoemde stukken, zoals het Plan van Aanpak (waar Team Uden Centrum in staat beschreven) en/of de Materialenbak (als input voor Team Uden Centrum) zijn gepubliceerd op de gemeentelijke projectsite: www.uden.nl/inwoners/projecten/centrumvisie/. Evenals de samenstelling van Team Uden Centrum. Hierop worden (binnenkort) ook de benoemde kaders en uitgangspunten voor Team Uden Centrum gepubliceerd.

Vervolg

De bereidheid en beschikbaarheid van de stakeholders (in deze crisistijden) kan (zal) van invloed zijn op het proces. De huidige coronacrisis gaat gepaard met veel onzekerheden en vereist zorgvuldigheid. De voorziene integrale en participatieve aanpak is erop gericht, om in dit speelveld met alle stakeholders aan de slag te gaan. Zodanig dat dit zal plaatsvinden in een veilige omgeving en met aandacht voor de coronaregels. Hierdoor kunnen (zullen) processtappen meer tijd nemen, dan op voorhand voorzien en gehoopt. Daarnaast geldt dat in een goed participatietraject ook ruimte is voor de stakeholders, om invloed te (gaan) hebben op het proces. Met de kennis van nu worden alle bijeenkomsten (ook in de 1^e programmalijn) digitaal georganiseerd. Indien later in het traject een

fysieke bijeenkomst weer tot de mogelijkheden gaat behoren, dan gaan we dan beoordelen wat gewenst is. Onze inzet is nog altijd om de raad in de 1^e helft van 2021 in de gelegenheid te stellen, om te besluiten over de Centrumvisie voor Uden.

Bijlagen

Bijlage 1: Kaders en Uitgangspunten Team Uden Centrum (20.140697)

Uden, 3 november 2020

Burgemeester en wethouders van Uden

de secretaris

de burgemeester

drs. D. van Deurzen

drs. H.A.G. Hellegers

Kaders en uitgangspunten Team Uden Centrum Zoals benoemd door het college van B&W Uden

3 NOVEMBER 2020

*“De centrumvisie is geslaagd als zoveel mogelijk partijen zich hierin gaan herkennen.
Het moet echt een fundament worden voor de toekomst.”*

KADERS IN HET KORT:

- De Markt heeft als primaire functie dat het een ontmoetingsplek is, een ‘place to be’. Dus een aantrekkelijke, levendige en comfortabele verblijfsplek waar activiteiten en evenementen kunnen plaatsvinden.
- De parkeerfunctie op de Markt is niet langer een vanzelfsprekendheid; parkeren hoeft in de toekomst niet langer de primaire functie van het plein te zijn.
- De Markt heeft een flexibel karakter: het plein wordt multifunctioneel qua inrichting en gebruik. Door bijvoorbeeld te werken met verplaatsbare inrichtingselementen (zoals groen) kan de openbare ruimte snel worden aangepast, bijvoorbeeld bij evenementen.
- Groen is belangrijk voor de aantrekkelijkheid van het centrum, de gezondheid van bewoners en bezoekers, en voor klimaatadaptatie.
- Groen moet in balans zijn met de omgeving en niet ten koste gaan van bereikbaarheid. We zetten het flexibel en slim in. Groen is een middel, geen doel op zich.
- Levendigheid van het centrum heeft prioriteit boven functionaliteit. We willen een bruisend centrum waar verschillende doelgroepen zich thuisvoelen en willen verblijven.
- Het centrum als ‘place to need’: we faciliteren de gebruikers optimaal en zorgen dat ze er moeten en willen zijn middels een breed palet aan functies.
- Bereikbaarheid is zeer belangrijk voor een economisch vitaal centrum.
- We houden in de centrumvisie rekening met ontwikkelingen op het gebied van mobiliteit en zijn daarin vooruitstrevend en onderscheidend.
- We maken slim gebruik van digitalisering.
- We zorgen dat de centrumvisie een flexibel karakter heeft, o.a. door er scenario’s in te verwerken, zodat we slim kunnen inspelen op toekomstige ontwikkelingen.
- We hebben aandacht voor veiligheid en sociale controle.



SAMEN WERKEN WE AAN
**GEZAMENLIJK
UDEN**

ALGEMENE UITGANGSPUNTEN:

Regie

We vinden het belangrijk om zelf de regie in handen te nemen om een goed centrum van de grond te krijgen; niet de initiatieven van derden afwachten. We pakken daarbij onze verantwoordelijkheid.

“We wachten niet af, we willen aan de slag met de Markt”

Financiën

We vinden het belangrijk te investeren in het centrum en de Markt, naast de incidentele middelen die beschikbaar zijn. We gaan daarvoor geen middelen ‘bij elkaar schrapen’ maar er bewust in investeren. Het centrum is een namelijk een belangrijke plek: een USP en beeldmerk van Uden. Belangrijk uitgangspunt hierbij is dat er duidelijkheid komt over de bedragen: we hebben behoefte aan een realistische inschatting van de benodigde investeringen.

“No guts, no glory”

Termijn en flexibiliteit centrumvisie

We adviseren dat de visie (mede vanwege aanlooptijd en doorlooptijd) voor 10 jaar wordt vastgesteld, daarbij inachtnemend dat de wereld snel verandert. De centrumvisie is bedoeld om nieuwe ontwikkelingen aan te toetsen, waarbij een bepaalde mate van flexibiliteit is ingebouwd om in te kunnen spelen op snelle veranderingen (zoals de huidige coronacrisis). Waar mogelijk zullen we dan ook werken met verschillende scenario's, zodat we keuzes kunnen maken afhankelijk van de daadwerkelijke snelheid van de ontwikkelingen (bijvoorbeeld op het gebied van mobiliteit en leegstand). Daarnaast dienen we in de visie het centrum van Uden onderscheidend te maken binnen de gemeente Maashorst. We adviseren om na 5 jaar een herijking te laten plaatsvinden van de centrumvisie, zodat er kan worden gekeken of deze nog voldoet en of er aanpassingen nodig zijn.

“Lef en ambitie is wat we willen”



SAMEN WERKEN WE AAN

**GEZAMENLIJK
UDEN**

TOELICHTING OP DE KADERS PER BEHANDELD VRAAGSTUK

Vraagstuk 1: Van wie is de Markt? Welke belangen hebben prioriteit voor de toekomstige inrichting en het toekomstige gebruik van de Markt?

Gebruikers

Het centrum en de Markt zijn voor onze inwoners, gasten en gastheren. Van en voor iedereen die op een bepaald moment gebruikmaakt van de Markt.

“De Markt is de rode draad van de centrumvisie”

Flexibel en multifunctioneel

Als college van B&W vinden we het belangrijk dat de Markt flexibel en wendbaar is qua inrichting en gebruik. De Markt als multifunctioneel plein met een steeds wisselende betekenis, bijvoorbeeld ook aansluitend op de seizoenen. Hierbij kan bijvoorbeeld worden gedacht aan verplaatsbare inrichtingselementen. Het plein moet beschikbaar zijn voor activiteiten en evenementen, en horeca moet optimaal gefaciliteerd worden. Voor evenementen die niet passend zijn op de Markt, bijvoorbeeld vanwege geluidsoverlast, dient een alternatieve locatie te worden gezocht.

Uitstraling en beleving als ‘place to be’

Belangrijk vindt men dat de Markt een levendige, aantrekkelijke, groene en duurzame uitstraling heeft waar alle gebruikers zich prettig voelen, elkaar ontmoeten, naartoe willen komen en willen verblijven. Betekenis en beleving geven aan de Markt en zorgen dat het een bruisende en comfortabele plek is.

Parkeren

De parkeerfunctie op de Markt is geen vanzelfsprekendheid. Dit vanwege veranderende mobiliteit en voldoende mogelijkheden tot parkeren elders. Belangrijk om – wat dit onderwerp betreft – niet vast te blijven houden aan het coalitieakkoord 2018 – 2022 (“We willen dat er ook in de toekomst tot in het hart van het centrum geparkeerd kan worden.”, p.9). Onze standpunten variëren van ‘parkeren hoort niet meer thuis op de Markt’ tot ‘behoud een deel van de parkeerplekken’. Voor de keuze hierin is een onderbouwing belangrijk, waarbij ook oog is voor de financiële component. Mocht er in een latere fase een ondercapaciteit voor auto parkeren ontstaan (dit wordt niet verwacht), dan kan er worden gekeken naar alternatieven. Een parkeergarage onder de Markt zien wij niet als oplossing.



SAMEN WERKEN WE AAN

**GEZAMENLIJK
UDEN**

Vraagstuk 2: Hoeveel van de openbare ruimte in het centrum van Uden willen we vergroenen? Welke consequenties heeft vergroening voor ander gebruik van de openbare ruimte, zoals evenementen en parkeren?

Balans

Een groen centrum is één van de vijf strategische uitgangspunten van de centrumvisie. De uiteindelijke centrumvisie moet dus leidend zijn ten aanzien van vergroening; op basis daarvan moeten we keuzes maken. Groen is echter geen doel op zich, maar een middel. Groen moet hoe dan ook in goede balans zijn met de hele omgeving en niet ten koste gaan van de bereikbaarheid. De mens staat centraal: groen is belangrijk voor de gezondheid en voor klimaatadaptatie (o.a. voor waterberging en het tegengaan van hittestress). Een belangrijke functie van groen kan zijn dat het meer bezoekers trekt, ook vanwege het verkoelende effect van schaduw. Dit verhoogt ook de verblijfskwaliteit tijdens evenementen.

Flexibel en slim groen

Groen moet complementair zijn daar waar het kan. De huidige Markt wordt als kaal ervaren. Denk op een creatieve manier aan vergroening. Bijvoorbeeld vergroening van gebouwen en daken. Groen kan ook betekenen dat er meer met duurzame materialen wordt gewerkt. Er zijn veel moderne technieken die het gevoel van groen geven zonder een boom of struik te zien, of waarbij groen verplaatsbaar is.

Vraagstuk 3: Wanneer is volgens u het centrum (waaronder de Markt) levendig? Met bijvoorbeeld meer activiteiten? Of juist met inrichtingselementen? Is levendig belangrijker dan functioneel (parkeren), dienend aan het centrum?

Faciliteiten – place to need

Mensen maken een plek levendig, je moet hen optimaal faciliteren. Denk aan groen, kluisjes, wifi, aanwezige functies. Maar ook: de mogelijkheid om een terrasje te pakken, schone straten, goede bewegwijzering. Kijk goed naar de functies. Nu domineren detailhandel en horeca, maar zijn er andere functies die toegevoegd moeten worden zoals een huisarts, apotheek, etc.? Zorg dat mensen er moeten zijn en willen zijn. Customer journey: wat heb je ervoor nodig om naar het centrum te komen en wanneer wil je er verblijven? Place to need. Levendigheid is daarbij belangrijker dan functionaliteit. Welke inrichtingselementen zijn nodig voor activiteiten, voor reuring?

“Zorg dat de mensen er moeten zijn, of er willen zijn. Place to be én place to need.”

Balans in bewonerssamenstelling

Levendigheid gaat niet alleen over de inrichting van de openbare ruimte. We willen verschillende doelgroepen optimaal faciliteren en zorgen dat bepaalde activiteiten kunnen plaatsvinden. Daarnaast ook belangrijk om naar de balans van bewoners in het centrum te kijken. Willen we bijvoorbeeld meer jongeren in het centrum, dan moeten er starterswoningen worden toegevoegd. Qua programmering en aanbod hebben we aandacht voor een balans tussen levendigheid en leefbaarheid.



“Lekker levendig centrum maken dat bruist van alle kanten, waar mensen vaak naartoe komen”

Vraagstuk 4: Als vergroening en bereikbaarheid van het centrum elkaar in de weg zitten, waar wordt prioriteit aan gegeven? Welke hiërarchie in verkeersmodaliteiten (voetganger, fietser, openbaar vervoer, auto, etc.) streeft Uden na qua toegankelijkheid van het centrum?

Bereikbaarheid als hoge prioriteit

Bereikbaarheid zien wij als zeer belangrijk voor een economisch vitaal centrum, en moet niet worden beperkt door groen. Het is belangrijk dat je veilig en gemakkelijk in het centrum komt. We moeten fietsers en het openbaar vervoer goed blijven faciliteren; de faciliteiten voor (bewaakt) fietsparkeren moeten bijvoorbeeld voldoen aan de (toenemende) vraag. Waarschijnlijk zijn auto's in het centrum in de toekomst minder of helemaal niet meer nodig. In de centrumvisie zien we daar graag scenario's voor uitgewerkt: welke invulling van vrijkomende openbare ruimte is gewenst?

Slimme mobiliteit – blik op de toekomst

Bij mobiliteit moeten we verder kijken dan de huidige realiteit en zorgen dat de centrumvisie aansluiting vindt op de ontwikkelingen. Het openbaar vervoer en het gebruik van de auto gaat veranderen, het is niet ondenkbaar dat er hubs komen, de 'last mile' gaat anders worden dan nu. Er moet ook worden nagedacht over de infrastructuur van toekomstig gebruik van bijvoorbeeld zelfrijdende auto's, elektrische fietsen, snel-fietsroutes. Het MAAS (Mobility As A Service) principe is dat we meer gebruik gaan maken van het openbaar vervoer en deze gaan verbeteren. Uden pakt momenteel in de regio al de regie op slimme mobiliteit; we willen ons daar meer mee profileren.

“Met slimme mobiliteit kan Uden zich onderscheiden. Misschien is dit wel een Unique Selling Point voor de regio, en ik zou dit graag verder uitdiepen.”

Vraagstuk 5: Wat is niet genoemd, of wat hebt u geen plek kunnen geven in de bovengenoemde vier vraagstukken, die volgens u (en uw fractie) wel een plek zouden moeten hebben?

Flexibiliteit

De mate van flexibiliteit van de centrumvisie is belangrijk. Gezien de onvoorspelbaarheid van de ontwikkelingen in de toekomst, is het belangrijk flexibel te kunnen inspelen op veranderende omstandigheden. In de centrumvisie willen we graag verschillende scenario's/oplossingen zien bij de onderdelen waar dat mogelijk en logisch is.



SAMEN WERKEN WE AAN

**GEZAMENLIJK
UDEN**

Het verhaal van Uden en digitalisering

Vertel het verhaal van Uden. We hebben een rijke historie en de parels in en om het centrum moeten zichtbaarder worden en beter aan elkaar worden verbonden. Vertel het verhaal van Uden digitaal aan de hand van de iconen die we hebben. Zoals het Raadhuis op de Markt, waar je dan tijdens het langslopen via een app informatie over kunt raadplegen. Dit kan een extra dimensie geven aan de centrumvisie. Maak gebruik van de digitale mogelijkheden en innovaties, zoals beleving in 3D. Veel van ons dagelijks leven speelt zich af op de mobiele telefoons; speel daar slim op in. Denk bijvoorbeeld na over een Uden app, gratis wifi, 5G als USP. Houd hierbij wel rekening met de AVG. Ook mogelijkheden voor ondernemers om zich digitaal beter te profileren verkennen..

Bovenstaande wordt ook meegegeven aan Uden Marketing, passend bij het vijfde strategische uitgangspunt (Herkenbaar en onderscheidend centrum).

Veiligheid en sociale controle

We willen waarborgen dat men zich veilig voelt en dat er een goede sociale controle is. Dit heeft ook met inrichting te maken.



SAMEN WERKEN WE AAN

**GEZAMENLIJK
UDEN**