

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.

