

Materialenbak Centrumvisie Uden

2020



Inleiding

Aanleiding en context

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 niet verloren mogen gaan en daarom zijn gebundeld in deze 'materialenbak'.

Proces

Het participatietraject besloeg tien (werk)sessies en een afsluitende enquête. De resultaten van deze sessies en enquête zijn geanalyseerd en gebundeld. Hierbij is een selectie gemaakt van de ideeën die vaak voorkomen, origineel zijn of goed te combineren met andere ideeën of ambities. Op basis van deze selectie zijn per strategisch uitgangspunt relevante thema's bepaald. Voor strategisch uitgangspunt 'toegankelijk centrum' zijn dat bijvoorbeeld de thema's 'autovrij', 'parkeren' en 'route' geworden. In deze materialenbak zijn per thema de geselecteerde ideeën terug te vinden, aangevuld met mogelijke uitdagingen en kansen.

Doel

De materialenbak zal 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.

Leeswijzer

De ideeën zijn per strategisch uitgangspunt en vervolgens per onderliggend thema gebundeld. Steeds voorafgaand aan de kaarten met ideeën, wordt op 1 pagina een overzicht gegeven van het doel van het desbetreffende strategische uitgangspunt, openstaande vragen en bijkomende dilemma's. Navolgend zijn deze uitgangspunten en thema's weergegeven.

Levendig & beleving: bewegen – cultuur – evenementen – ontmoeten

Economisch vitaal: aanbod – leegstand – samen

Groen: duurzaam – groen – technologie

Toegankelijk: autovrij – parkeren – route

Herkenbaar & onderscheidend: lokaal – inrichting – promotie – sfeer

Colofon

Auteur: Stad & Co

Opdrachtgever: Gemeente Uden

2020



LEVENDIG CENTRUM & BELEVING

WAAROM OOK ALWEER?

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

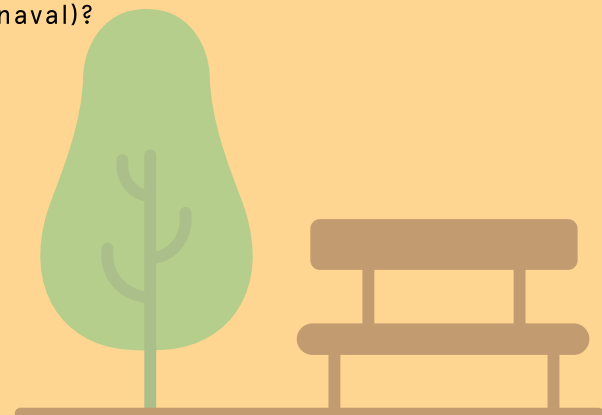
NOG UIT TE ZOEKEN

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

DILEMMA'S

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

Bron: kernteam centrumvisie gemeente Uden





BEWEGEN

Ambitie

Beweging en spel in het centrum

Speerpunten

Beweging, ontmoeting, verbinding, gezondheid, jeugd en ouderen

Hoe

Activiteiten die spel en sport stimuleren, multifunctionele ontmoetingsplekken

Waar

Pleinen en routes

Wordt gecombineerd met

Water, groen, autovrij, route



Sporten en beweging moeten juist UIT het centrum. Als het centrum aantrekkelijk is lopen de mensen vanzelf meer. - bewoner via enquête

IDEËN

TIJDELIJK AANWEZIGE ACTIVITEITEN

Organiseer activiteiten die tijdelijk aanwezig zijn in het centrum zoals sportdemonstraties en -activiteiten

Bron: bewoner via enquête

WATER VOOR JEUGD IN BEWEGING

Zet spuitend water in om gezinnen te trekken ;ook een fijn zicht vanaf terrassen

Bron: bewoner via enquête

BEWEGING GESTIMULEERD DOOR MOBILITEITSPLAN

Ontmoedig de auto, dan wordt er vanzelf meer gefietst en gelopen

Bron: bewoner via enquête

AANTREKKELIJKE BEWEEGRROUTE

Maak loop- en fietsroutes aantrekkelijk.

Bijvoorbeeld met groen en kunst

Bron: enquête en sessies

SPEL VOOR OUDEREN IN BEWEGING

Zet flexibele ruimte in om ouderen aan het spelen te krijgen, zoals jeu de boules

Bron: bewoner via enquête

UITDAGINGEN

- Sport hoort niet thuis in het centrum maar in het sportpak
- Bepaalde ruimte beschikbaar in centrum

KANSEN

- Beweging kan op verschillende manieren gestimuleerd worden: routes, autovrij, spelelementen, water, groen
- Beweging kan tijdelijk of kleinschalig gerealiseerd worden: pop-up sport- en spelelementen, demonstraties, activiteiten





CULTUUR

Ambitie

Kunst en cultuur beleefbaar in het centrum

Speerpunten

Historie zichtbaar, creatieve ondernemers, ruimte voor expositie

Hoe

Ruimte en aandacht voor kunst en cultuur(historie) in het centrum

Waar

Pleinen, muren, leegstand, monumenten

Wordt gecombineerd met

Lokaal, leegstand, sfeer, promotie, inrichting



Maak plekken in het centrum waar kunstenaars, artiesten kunnen laten zien wie ze zijn en wat ze kunnen, tevens geeft dit sfeer. Ook bedrijven kunnen zich hier presenteren. - bewoner via enquête

IDEËN

KUNSTPROJECTEN RECYCLING

Educatief, bewustwording, identiteit met afvalprojecten

Bron: bewoner via enquête

SAMENWERKING CULTURELE VERENIGINGEN

Bron: bewoner via enquête

ROTONDES VOORZIEN VAN LOKALE KUNST

Bron: sessies en enquête

RELIGIEUZE KUNST IN DE SPOTLIGHT

Bron: bewoner via enquête

EERBETOON

Foto's van bekende Udenaren in Passages

Bron: straatpraatsessie

START-UPS IN PASSAGES

Passages voor start-ups met lagere huur.

Gevuld met creatief, afwijkend

winkelaanbod, meer dan alleen een doorgang

Bron: straatpraatsessie

UITDAGINGEN

- Huidige cultuurniveau laag
- Geen bekendheid op dit vlak
- Creatieve broedplaatsen in het centrum ontbreken

KANSEN

- Samenwerking met culturele verenigingen en lokale creatievelingen
- Veel winst te boeken met faciliteren culturele sector
- Promotie Uden door historie en identiteit uit te lichten
- Het tijdelijk opvullen van leegstand





EVENEMENTEN

Ambitie

Een levendig centrum waar genoeg te doen is

Speerpunten

Passende activiteiten, samenwerking, vermaak, sfeer en beleving

Hoe

Activiteiten afgestemd op doelgroep, samenwerking ondernemers, aansluiting DNA

Waar

Gehele centrumgebied

Wordt gecombineerd met

Vitaal centrum, samenwerking, sfeer en beleving

”

De Markt is het kloppend hart! De reputatie van het centrum moet verbeterd worden. Iederéén zou moeten denken: Uden is de place to be! - ondernemer via enquête

IDEEËN

ORGANISEER ACTIVITEITEN VOOR OUDEREN

Bron: enquête

ORGANISEER DIVERSE EVENEMENTEN PASSEND BIJ BEVOLKING, THEMA EN IDENTITEIT.

Focus op thematisering, doelgroepen en aansluiting op marketingstrategie

Bron: werksessie algemeen

FACILITEER CULTUUR

Voorbeeld: open podium voor spontane optredens

Bron: bewoner via enquête

STEL ONTMOETING EN VERMAAK CENTRAAL

Focus hierbij op het DNA van Uden en op jeugd en ouderen

Bron: straatpraatsessie

UITDAGINGEN

- Het behouden en stimuleren van activiteiten en evenementen t.b.v. het stimuleren van de lokale economie
- Het behouden van de balans tussen leefbaarheid en levendigheid

KANSEN

- Winkeland publiek betrekken bij ondernemers middels activiteiten en evenementen
- Samenwerking partijen versterken in het centrum rondom activiteiten/evenementen





ONTMOETEN

Ambitie

Een centrum dat ontmoetingen faciliteert en stimuleert

Speerpunten

Place to be, place to need, sociale cohesie, sfeer, gezelligheid

Hoe

Autoluw, functiemenging, openbare plekken ingericht voor verblijf

Waar

Routes en pleinen

Wordt gecombineerd met

Route, inrichting, autovrij, groen en water

”

*In het centrum zijn vooral ontmoetingsplekken van belang (ook kunst, cultuur, sport, recreatie en zorg) vallen hier onder.
- vastgoedeigenaar via enquête*

IDEEËN

OPENBARE VOORZIENINGEN GERICHT OP ONTMOETEN

Waterpartij, spel, wandelpaden, groen, picknicktafels, kiosk

Bron: enquête en sessies

MULTIFUNCTIONELE INVULLING PLEINEN

Functies worden op verschillende momenten door verschillende mensen gebruikt, meer onverwachte ontmoetingen

Bron: enquête en onderzoek studenten

AANDACHT VOOR EENZAAMHEID OUDEREN

Openbare zitplekken, openbare toiletvoorzieningen, laagdrempelige routes, spel, activiteiten

Bron: enquête en sessies

CHILLZONE

Plek waar jongeren elkaar kunnen ontmoeten

Bron: straatpraatsessie

WATER ALS ONTMOETINGSPLEK

Sputtend water, voor verkoeling, spelen kinderen, sfeer, beleving, ontmoetingen gezinnen

Bron: bewoner via enquête

UITDAGINGEN

- Centrum nu niet ingericht voor ontmoeten, hangt samen met mobiliteit en functionaliteit pleinen
- Veiligheid, toezicht, samenscholing

KANSEN

- Sociale veiligheid, 'eyes on the street'
- Verkeer- en parkeerbeleid afstemmen op faciliteren ontmoetingen, meer lopen en fietsen leidt tot meer contact en ontmoetingen
- Combinatie met groen, water, route, bewegen en evenementen



ECONOMISCH VITAAL CENTRUM

WAAROM OOK ALWEER?

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

NOG UIT TE ZOEKEN

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

DILEMMA'S

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

Bron: kernteam centrumvisie gemeente Uden





AANBOD

Ambitie

Een vitaal centrum met een uniek en divers aanbod

Speerpunten

compact centrum, couleur locale, identiteit en thema, leegstands aanpak

Hoe

Sturing op divers, uniek en thematisch aanbod

Waar

Winkelstraten, aanloopstraten

Wordt gecombineerd met

Leegstand, promotie, vastgoed, samenwerking

” Komen met een uniek aanbod, lef tonen, ook denken in niches, onderscheidend durven zijn, volhouden, erin geloven.
- bezoeker via enquête

IDEEËN

COMPACT CENTRUM

Winkels aanloopstraten verplaatsen naar 'compact centrum'

Bron: werksessie ondernemerschap

EIGEN IDENTITEIT EN MERK

Uden als merk, couleur locale, aanbod stad en achterland verbinden

Bron: sessie algemeen en ondernemerschap

BLURRING: VERMENGING VAN FUNCTIES IN ÉÉN CONCEPT

Bron: sessie algemeen en enquête

AANTREKKEN MARKANTE KETENS

Mediamarkt, KFC, McDonalds, Wok to Go, Ikea, Indoor speeltuin, bowling, VR

Bron: enquête

SEATS TO MEET

Ontmoetingsplekken voor werkenden, studenten, bezoekers, bewoners

Bron: sessie algemeen

UITDAGINGEN

- Stijgende huurprijzen vormen een belemmering voor lokale zelfstandige ondernemers
- Toenemende leegstand
- Verplaatsen van gevestigde ondernemers uit aanloopstraten naar centrumgebied
- Aanjagen en uitstralen samenwerking door middel van eenheid
- Wildgroei terrassen

KANSEN

- Mix van functies combineren met ontmoetingsplekken
- Compact én divers centrum door samenvoeging en blurring
- Aantrekken van nieuwe ondernemers en functies en sturing op aanbod
- Eigen unieke identiteit en positionering duidelijker uitdragen (marketing)
- Samenwerkingsverbanden





LEEGSTAND

Ambitie

Een centrum zonder langdurige leegstand

Speerpunten

Lokale ondernemer stimuleren, soepel beleid, samenwerking stakeholders

Hoe

Creatieve of lokale invulling, blurring, flexibiliteit gemeente, vastgoed betrekken

Waar

Winkelstraten

Wordt gecombineerd met

Samen, ontmoeten, cultuur, lokaal

” Leegstand tijdelijk ter beschikking stellen tegen lager tarief om zo startende ondernemers kansen te bieden. - bewoner via enquête

IDEEËN

SESSIE INTERACTIEVE SPELVORM

Interactieve sessie met stakeholders om te komen tot oplossingen vraagstuk leegstand
Bron: bezoeker via enquête

VERPLICHTING OPKNAPPEN

Verpaupering gevels tegengaan door opknappen aantrekkelijk te maken
Bron: bewoner via enquête

COMPACT CENTRUM EN FUNCTIEMENING

Aanloopstraten voor andere functie, totaal winkelgebied compacter
Bron: enquête en sessies

LAGE HUURPRIJS, POP-UP, CONCEPTEN

Lokale, creatieve, innovatieve, alternatieve concepten faciliteren of subsidiëren totdat een vaste huurder is gevonden
Bron: enquête en sessies

ONTMOETINGSPLEK

Dagbesteding ouderen, flexwerkplekken, studieplekken, workshops, presentaties, chillplek jongeren
Bron: enquête en sessies

VERZAMELGEBOUW

Leegstaand gebouw in de winkelstraat omtoveren tot verzamelgebouw met mix van functies (retail, horeca, ontmoeting)
Bron: jongerensessie

UITDAGINGEN

- Hoge maandlasten funest voor kleine of startende ondernemer
- Verpaupering gebouwen
- Wildgroei horeca, eenzijdig aanbod, verlies van onderscheidend vermogen

KANSEN

- Onderbelichte functies een plek geven: sociaal, maatschappelijk, cultureel, lokaal
- Samenwerking stakeholders
- Stimuleren startende of lokale ondernemers
- Plan onderhoud gevels en creatieve invulling etalages bij leegstand



SAMEN

Ambitie

Een florerende samenwerking van stakeholders in het centrum

Speerpunten

Gezamenlijk doel, verantwoordelijkheid, samen sterker

Hoe

Visie, missie, overlegstructuur en samenwerkingsverbanden

Waar

Gehele centrumgebied

Wordt gecombineerd met

Leegstand, inrichting, promotie

”

Door een goed ondernemersklimaat te scheppen door samenspel gemeente-vastgoedeigenaren en ondernemers gaat ons mooie centrum floreren als nooit te voren.

- ondernemer via enquête

IDEEËN

INTENSIEVE COMMUNICATIE

Ondernemers met bewoners maar ook met gemeente, bezoekers, vastgoedpartijen

Bron: straatpraatsessie, enquête

SAMENWERKING ONDERNEMERS

Kansen in gezamenlijke verantwoordelijkheid schone en sfeervolle straat. Gezamenlijke uniforme aankleding en uitstallingen

Bron: sessie algemeen

ORGANISATIEKRACHT ONDERNEMERS EN VASTGOED

Vergroten betrokkenheid ondernemers en vastgoedpartijen bij toekomst centrum

Bron: sessies en enquête

OPKNAPPEN GEVELS EN UITSTRALING

Samenwerking ondernemers en gemeente opknappen, sfeer in centrum, promotie

Bron: sessies en enquête

ALTERNATIEVE PARTNERS

Samenwerking onderwijs, culturele sector, zorgsector, verenigingsleven

Bron: straatpraatsessie en jongerensessie

FLEXIBILITEIT EN INITIATIEF

Soepel beleid bij kansen en ideeën en een loket voor burger- en ondernemers-initiatieven

Bron: bewoner via enquête

UITDAGINGEN

- Ieder voor zich
- Verantwoordelijkheid tot de voordeur
- Inflexibele regelgeving

KANSEN

- Gezamenlijke stip op de horizon, bewustwording
- Promotie centrum, uniforme uitstraling, gezamenlijke activiteiten, betrokkenheid partijen buiten het centrum
- Lokale en creatieve invulling leegstand
- Ideeën, creativiteit, 'buiten de gebaande paden denken' faciliteren en stimuleren

GROEN CENTRUM

WAAROM OOK ALWEER?

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

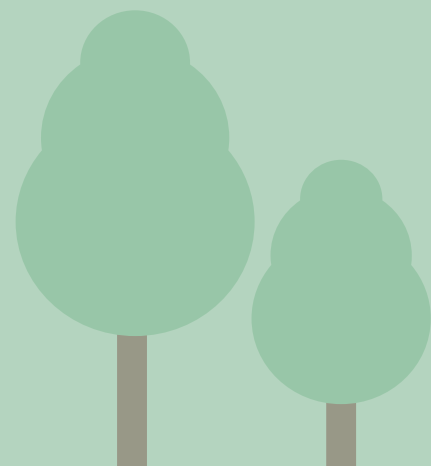
NOG UIT TE ZOEKEN

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

DILEMMA'S

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

Bron: kernteam centrumvisie gemeente Uden





DUURZAAM

Ambitie

Duurzaamheid zichtbaar en voelbaar in het centrum

Speerpunten

klimaatadaptatie, toekomstbestendig, minder vervuiling

Hoe

Groen, water, autoluw, elektrisch, circulair

Waar

Gehele centrumgebied

Wordt gecombineerd met

Groen, water, inrichting, technologie, autovrij

” Creëer waterpartijen waar kinderen kunnen spelen en die voor verkoeling zorgen.
- bewoner via enquête

IDEËN

PROMOTEN VAN DEELVERVOER

Deelauto's, deelfietsen, deelscooters promoten en faciliteren

Bron: sessie algemeen en enquête

OPENBAAR VERVOER

Elektrisch stadsvervoer, opstapplekken en pendelbussen naar het centrum

Bron: sessies en enquête

MEER (POP-UP) FIETSENSTALLINGEN

Stimuleren en faciliteren niet-gemotoriseerd vervoer

Bron: straatpraatsessie en enquête

WATER EN GROEN VOOR VERKOELING

Klimaatadaptatie, toekomstbestendig

Bron: straatpraatsessie

GEMOTORISEERD VERVOER UIT CENTRUM WEREN

Goederenopslag buiten centrum, bevoorrading en bezorging elektrisch

Bron: sessie algemeen

UITDAGINGEN

- Hoort deze ambitie thuis in het centrum?
- Medewerking ondernemers, vastgoedeigenaren en bewoners cruciaal
- Het goede voorbeeld door de gemeente

KANSEN

- Verduurzaming ondernemingen
- Duurzaamheidsambities vastgoed
- Circulaire economie, recycling, afval, educatie en bewustwording
- Combinatie met groen- en waterambities, hittestress, prettig verblijfsklimaat
- Samenwerking stakeholders centrum



GROEN

Ambitie

Kwalitatief en beleefbaar groen in het centrum

Speerpunten

Welzijn, ontmoeten, recreatie, spelen, zicht vanaf terrassen.

Hoe

Groene daken, groene gevels, stadsgroen, groene pleinen

Waar

Markt, Mondriaanplein, passages, braakliggend terrein

Wordt gecombineerd met

Promotie, route, water

”

Zoveel mogelijk groen met eventueel fonteinen, laat Uden nou net even een andere, een verrassende sfeer uitstralen dan de omliggende centra in andere gemeenten' - bewoner via enquête

IDEËN

MONDRIAANPLEIN INRICHTEN ALS STADSPARK

Bron: bewoner via enquête en jongerensessie

GROENE INRICHTING BRABANTPLEIN KOPIËREN NAAR ANDERE DELEN CENTRUM

Bron: bewoner via enquête

GROENE DRAAD DOOR UDEN CREEËREN

Een groene looproute creëren met een verbinding tussen de pleinen in Uden

Bron: sessie algemeen

GROEN TOEVOEGEN OP BRAAKLIGGEND TERREIN

Leegstaande of verpauperde gebouwen slopen en braakliggend terrein in de tussentijd groen inrichten, bijvoorbeeld PNEM of Rabobank

Bron: vastgoedeigenaar via enquête

UITDAGINGEN

- Groen belemmert mogelijk ondernemers, evenementen of parkeren
- Groen vergt onderhoud
- Vergt aandacht voor toekomstbestendigheid en seizoensbestendigheid
- Vergt aandacht voor uniformiteit en uitstraling in samenhang met omgeving
- Groen veroorzaakt mogelijk ruimtegebrek voor uitstallingen

KANSEN

- Groen in samenwerking met ondernemers en omwonenden
- Opstellen onderhoudsplan met aandacht voor wat planten en met name bomen loslaten
- Opstellen integraal plan voor de openbare ruimte met straatmeubilair en vastgoed
- Klimaatadaptatie en subsidies
- Groen combineren met ruimtegebrek uitstallingen en fietsenstallingen in samenwerking ondernemers
- Combineren met roep om waterelementen.



SLIM

Ambitie

Een toekomstbestendig centrum

Speerpunten

technologie, smart city, hedendaags, online

Hoe

innovatie, nieuwe technologieën, online systemen, verbinding

Waar

Gehele centrumgebied

Wordt gecombineerd met

Aanbod, route, lokaal, promotie

” Snel inspelen op actuele situatie en meer gebruik maken van moderne technieken samen met gemeente, bv inzet licht, geluid, smart city etc.
- bewoner via enquête

IDEEËN

VEILIGHEID

Technologie inzetten ten behoeve van veiligheid, licht, sensoren, sfeer

Bron: sessie algemeen

AFVALSYSTEEM UP-TO-DATE

Technologie inzetten ten behoeve van afval, bijvoorbeeld seintje sensoren wanneer vol

Bron: sessie algemeen

INFORMATIEVOORZIENINGEN

Real-time informatie over activiteiten, routes, parkeren, drukte

Bron: bewoner via enquête

LOYALTY SYSTEMEN EN E-COMMERCE

Bron: sessie ondernemerschap

ONLINE CONNECTED

Platform ondernemingen, via website of app, gezamenlijk, verbonden met klanten

Bron: bewoner via enquête

METEN IS WETEN

Sensoren, meten alles, wat kan of moet er anders, looproutes, autoroutes, parkeren, veiligheid, temperatuur, groene energie

Bron: bewoner via enquête

UITDAGINGEN

- Kostbaar
- Snel verouderd; up-to-date blijven van groot belang
- Huidige niveau laag

KANSEN

- Samenwerking andere steden
- Lokale partijen en innovaties ruimte bieden
- Samenwerking hoger onderwijs
- Promotie, vooruitstrevend zijn
- Gezamenlijk belang bewoners, ondernemers, vastgoed, gemeente

TOEGANKELIJK CENTRUM

WAAROM OOK ALWEER?

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

NOG UIT TE ZOEKEN

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

DILEMMA'S

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

Bron: kernteam centrumvisie gemeente Uden





AUTOVRIJ

Ambitie

De burger centraal stellen in centrum

Speerpunten

Veiligheid bezoekers, zicht en uitstraling, de Markt (deels) autovrij

Hoe

Slim plan om gemotoriseerd verkeer en parkeren in het centrum beter te clusteren waardoor er op andere plekken ruimte ontstaat

Waar

Gehele centrumgebied

Wordt gecombineerd met

Ontmoeten, parkeren, fietsen, route



*Wanneer het haalbaar is, zou de markt zonder auto's een prachtige ontmoetingsplek voor jong en oud zijn met diverse toestellen, groen en mooie verlichting.
- bewoner via enquête*

IDEEËN

CENTRUM (DEELS) AUTOVRIJ

Mondriaanplein, Markt, volledige centrum, overige straten en pleinen vrij van auto's
Bron: enquête en sessies

PARKEREN ELDERS GECONCENTREERD

Parkeergarages (ondergronds), oude postkantoor en politiebureau
Bron: enquête en sessies

PARKEREN AAN DE RAND (P+R)

P&R-locaties zoeken, stadsvervoer vanaf industrieterrein, pendelbussen, elektrisch stadsvervoer
Bron: enquête en sessies

AUTO'S TE GAST

Voetgangerszones, fietsparkeren, leefruimte i.p.v. parkeerruimte
Bron: bewoner via enquête

SFEER EN ONTMOETEN OP ÉÉN

Beter zicht, hogere luchtkwaliteit, hogere veiligheid, ruimte voor beleving en ontmoeting als auto plaatsmaakt
Bron: sessies en enquête

AUTOVRIJ STIMULEERT GEZONDHEID

Minder auto's betekent meer fietsen en lopen
Bron: bewoner via enquête

UITDAGINGEN

- Auto's in het centrum brengen levendigheid
- Hardnekkig idee dat bereikbaarheid per auto cruciaal is voor ondernemers
- Parkeerplekken ondernemers en personeel

KANSEN

- Van parkeerruimte naar leefruimte, kans voor overige ambities zoals groen, ontmoeten en duurzaamheid
- Uitbreiding slim openbaar vervoer netwerk, elektrisch
- Huidige capaciteit parkeergarages beter benutten



PARKEREN

Ambitie

Een veilig en autoluw centrum

Speerpunten

Beperk verkeersbewegingen, veiligheid, kwaliteit leefomgeving

Hoe

Clustering parkeerplekken, slim mobiliteitsplan, alternatieve stimuleren

Waar

Gehele centrumgebied

Wordt gecombineerd met

Duurzaam, route, bewegen

„Langzame verkeersstromen (fietsers/wandelaars) prefereren boven afdoende parkeerplaatsen voor 1 piekmoment en overal blik op straat. Van car-minded naar people-minded public spaces. – bewoner via enquête

IDEEËN

PARKEEROPLOSSINGEN ALGEMEEN

Kortparkeren of nieuwe voorzieningen bij PNEM, van Donzel, Leeuweriksweg, oude politiebureau/brandweerkazerne, Rabobank
Bron: sessies en enquête

PARKEREN CLUSTEREN

Bron: sessies en enquête

PARKEERGARAGES BETER BENUTTEN

Routes en informatievoorziening verbeteren
Bron: enquête en straatpraatsessie

P+R BUITEN CENTRUM

Parkeervoorziening buiten centrum, pendelbus (gratis) richting winkelgebied
Bron: sessies algemeen en enquête

FIETSVERHUUR VAN EN NAAR HUBS

Routes en faciliteiten fietsen richting veelbezochte plekken zoals foodcourt
Bron: bezoeker via enquête

ROUTING OPTIMALISEREN

Routing richting parkeerplaatsen optimaliseren en helder communiceren
Bron: sessie algemeen en enquête

UITDAGINGEN

- Belang bereikbaarheid auto voor ondernemers
- Parkeerplekken ondernemers en personeel
- Toegankelijkheid voor minder mobiele mensen
- Parkeerdruk omliggende wijken

KANSEN

- Prettiger verblijfsklimaat door minder zicht op blik
- Verbetering verkeersveiligheid door minder gemotoriseerd vervoer in centrum
- Verbetering routing en communicatie combineren met promotie en online voorzieningen
- Verbetering openbaar vervoer en uitbreiding deeleconomie



ROUTE

Ambitie

Een veilig en overzichtelijk routeplan voor het centrum

Speerpunten

Veilig, overzichtelijk, begrijpelijk

Hoe

Scheiding verkeersstromen, plan voor fiets(parkeren), routing

Waar

Gehele centrumgebied

Wordt gecombineerd met

Autovrij, groen, duurzaamheid

”Laat de markt **LEVEN** met evenementen en gezelligheid. Maak meer gebruik van parkeergarages Brabantplein en Promenade waardoor de routing en looplijnen in Uden centrum veel beter worden.
- vastgoedeigenaar via enquête

IDEËN

BEWEGWIJZERING OPTIMALISEREN

Aantrekkelijke bewegwijzering, overzichtelijk en gericht op beleving, bewegen en promotie
Bron: straatpraatessie en enquête

SCHEIDING VERKEERSSTROMEN

Veiligheid creëren voetgangers en fietsers, communicatie d.m.v. kleuren, borden, aanduidingen en digitaal
Bron: sessies en enquête

REGULERING UITSTALLINGEN

Uitstallingen, terrassen en fietsparkeren reguleren en verbeteren, bijvoorbeeld gecombineerd met groen
Bron: enquête

TOEVOEGING TREINSTATION

Bron: sessies en enquête

AANDACHT EN RUIMTE ALTERNATIEF VERVOER

Mobiliteit senioren, geleidelijnen visuele handicap, nieuwe vormen mobiliteit
Bron: sessies en enquête

UITNODIGEN GEWENST GEDRAG

Inrichting die uitnodigt tot gewenst (verkeers)gedrag, goed leesbaar verkeerslandschap
Bron: sessie algemeen

UITDAGINGEN

- Terrassen, uitstallingen, wildparkeren
- Belemmering doorgang loop, fiets en mindervaliden
- Ergernis fietsen en fietsparkeren in winkelstraten
- Onduidelijkheid verkeersstromen en routes

KANSEN

- Uitstallingen en fietsparkeren combineren met groen
- Bewegwijzering combineren met uitstraling en gastvrijheid bezoekers
- Opfleuren entrees
- Betere routing omliggende gebieden

HERKENBAAR EN ONDSCHIEDEND CENTRUM

WAAROM OOK ALWEER?

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

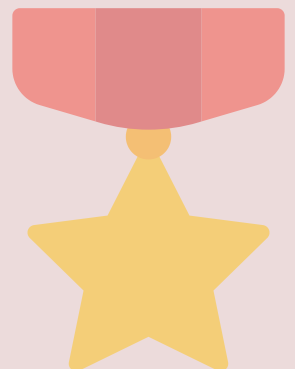
NOG UIT TE ZOEKEN

- Dit wordt verder uitgewerkt via Uden Marketing

DILEMMA'S

- Dit wordt verder uitgewerkt via Uden Marketing

Bron: kernteam centrumvisie gemeente Uden





LOKAAL

Ambitie

Een centrum dat zich onderscheidt met lokaal aanbod

Speerpunten

DNA weerspiegelen, samenwerking, betrokkenheid

Hoe

Lokale ondernemers trekken, verbinding DNA en achterland, samenwerken aan gezamenlijk doel

Waar

Winkelstraten

Wordt gecombineerd met

Promotie, beleving en leegstand

”

Als je het in Uden kunt kopen, koop het dan ook in Uden! - ondernemer via enquête

IDEËN

ONDSCHIEDEND AANBOD

Blijf dichtbij jezelf, DNA

Bron: sessie algemeen

GEZAMENLIJK AANBOD

Gezamenlijke acties lokale ondernemers, spaarprogramma's, markt, kraam voor de deur, activiteiten

Bron: enquête

VERBINDING STAD EN ACHTERLAND

DNA, zorg voor verswinkels, verbinding lokale ondernemers/achterland, streekproducten, streekideeën, streekinnovaties

Bron: enquête

LOKAAL KOPEN STIMULEREN

Bewustwording en trots. Consumenten doen iets voor de ondernemers en krijgen daar sfeer en beleving voor terug

Bron: enquête

DNA WEERPSIEGELEN

Laat openbare ruimte DNA weerspiegelen

Bron: sessies en enquête

UITDAGINGEN

- Hoge huurprijzen vormen een belemmering voor lokale zelfstandige ondernemers
- Grootte panden vormt mogelijk belemmering
- Combinatie met grote ketens, concurrentievoordelen

KANSEN

- Mix van grote ketens en lokale ondernemers, diversiteit afwisseling
- Blurring en functiemenging, verzamelgebouwen, panden opsplitsen
- Gezamenlijke doelen, ook sfeer en netheid in de straat





INRICHTING

Ambitie

Uniforme uitstraling
inrichting openbare ruimte

Speerpunten

DNA, gastvrij, toegankelijk,
sfeervol, schoon, heel, veilig

Hoe

Onderhoud bestrating,
openbare voorzieningen,
integraal inrichtingsplan

Waar

Gehele centrumgebied

Wordt gecombineerd met

Samenwerking, toezicht,
technologie, toegankelijk



Zorg dat de bestrating top is. Zowel in routing als looplijnen. Kies voor 1 of 2 en niet voor 6 soorten en kleuren bestrating. Ziet er verzorgd en goed uit.
- vastgoedeigenaar via enquête

IDEËN

UNIFORMITEIT BESTRATING

Uniformiteit zorgt voor verzorgde uitstraling
Bron: sessies en enquête

HOOG NIVEAU OPENBARE VOORZIENINGEN

Openbare toiletvoorzieningen en zitplekken,
faciliteer ontmoeten
Bron: ondernemers en bewoners via enquête

ONDERGRONDSE VUILCONTAINERS

Bron: straatpraatsessie

SMART CITY

Slimme technologie inzetten in openbare
ruimte
Bron: straatpraatsessie en enquête

OVERDEKTE OV-WACHTKAMER

Bron: straatpraatsessie

FLEXIBELE INVULLING

Creëer openbare ruimte voor tijdelijke
invulling met activiteiten, groen, kunst
Bron: straatpraatsessie en enquête

KLEUR

Meer kleur in de straat, bijvoorbeeld op
gebouwen d.m.v. graffiti
Bron: jongerensessie

UITSTRALING OP HOOGTE

Besteed ook aandacht aan uitstraling en
zichtlijnen naar boven, alles boven ooghoogte
Bron: jongerensessie

UITDAGINGEN

- Huidige status (onderhoud) bestrating en verlichting
- Gastvrije uitstraling ook voor mindervaliden
- Schoon, heel, veilig vraagt om verantwoordelijkheid stakeholders en toezicht en onderhoud gemeente

KANSEN

- Verlichting inzetten t.b.v. sfeer
- Kwaliteit inrichting draagt bij aan gewenst/positief gedrag
- DNA laten doorwerken in inrichting





PROMOTIE

Ambitie

Identiteit Uden voel- en zichtbaar in en buiten het centrum

Speerpunten

Identiteit bepalen en uitstralen, weten waarvoor je in Uden moet zijn

Hoe

Aanbod activiteiten, functies en inrichting openbare ruimte passend bij DNA, promotie in centrum en regio

Waar

Centrum en omliggende gebieden

Wordt gecombineerd met

Evenementen, sfeer, beleving, lokaal

”

*Uden is zo onbekend buiten de regio. Iedereen die nieuw hier komt staat versteld van het levendige centrum met zeer goed aanbod horeca en winkels. Maar dat moet wel zo blijven. Meer reclame maken buiten Uden.
- bewoner via enquête*

IDEEËN

DNA UDEN VOEL- EN ZICHTBAAR

Identiteit bepalend voor centrum: inrichting, activiteiten, aanbod, communicatie en marketing

Bron: sessies en enquête

SAMENWERKING ONDERNEMERS

Gezamenlijk uitstralen en speerpunten uitvoeren

Bron: vastgoedeigenaar via enquête

PROMOTIE CENTRUM

Hiervoor moet je in Uden zijn: promotie in regio en daarbuiten

Bron: sessies en enquête

ICOON

Icoon toevoegen dat herkenbaar is voor Uden, in het kader van city marketing

Bron: straatpraatsessie

PODIUM MARKT

Een podium op de markt voor groepen, verenigingen, ondernemers en kunstenaars, promotie lokale partijen

Bron: straatpraatsessie

UITDAGINGEN

- Uitstraling huidige pleinen en panden
- Bepalen DNA Uden, welke kant gaan we op?
- Keuzes maken
- Afstemming met aanbod

KANSEN

- Gezamenlijk optrekken om identiteit uit te dragen
- Wie kiest wordt gekozen
- Samenwerking in citybranding traject
- Aantrekken lokalen en startende ondernemers
- Herkenbaarheid en bekendheid vergroten door iconen en communicatie





SFEER

Ambitie

Onderscheidend en verrassend door sfeer

Speerpunten

Gezelligheid, beleving, uitstraling, activiteiten

Hoe

Samenwerking stakeholders, gastvrijheid, inrichting openbare ruimte, activiteiten

Waar

Gehele centrumgebied

Wordt gecombineerd met

Ontmoeten, aanbod, evenementen

” Door ervoor te zorgen dat het een lust voor het oog is om er te wandelen! En waar de consument verrast wordt. Maak er een feestje van! Laat zien dat je er plezier in hebt om mensen te verwennen!!
– ondernemer via enquête

IDEËN

INRICHTING OPENBARE RUIMTE

Schoon, heel, veilig, uitnodigend en toegankelijk voor iedereen. Dan toevoegen extra's zoals groene wanden of kunstuitingen
Bron: sessies en enquête

SAMENWERKING

Ondernemers, bewoners, vastgoedeigenaren samen opknappen gevels en sfeerverlichting
Bron: enquête

UITNODIGENDE ROUTE

Entrees, aanloopstraten en rotondes sfeervol
Bron: bezoeker via enquête

GASTVRIJHEID UITSTRALEN

Gastvrijheid uitstralen en uitdragen, bijvoorbeeld via trainingen aan personeel
Bron: sessies en enquête

UITSTRALING EN SFEER ONDERNEMING

Een extra ervaring zowel binnen als buiten en nodig iedereen uit hiervan te profiteren, bijvoorbeeld demonstraties of activiteiten
Bron: sessies en enquête

'SFEER'HANDHAVERS

Handhavers gericht op gastvrijheid en gastheerschap
Bron: bewoner via enquête

UITDAGINGEN

- Samenwerking noodzakelijk voor zowel sfeervolle en gastvrije inrichting als gedrag
- Verantwoordelijkheid ondernemers, bewoners, vastgoedeigenaren
- Kostbare investeringen openbare ruimte

KANSEN

- Het goede voorbeeld geven, investeren en enthousiasmeren
- Gastvrijheid uitstralen door inrichting en gastheerschap
- Verbetering uitlichten, communicatie
- Combinatie met vraag om cultuur, kunst, groen en water
- Investeren ondernemerscollectief voor sfeerbeleving en activiteiten