

## Bijlage 1: Samenvatting concept- discussienota Visie op het Stadshart

### Aanleiding en doel

De discussienota is een startpunt om met onze externe partners van gedachten te wisselen over de toekomst van de binnenstad. De discussienota bevat uitgangspunten en vraagstukken/discussiepunten maar nog geen oplossingen. Anno 2016 is het noodzakelijk de Visie op het Stadshart uit 2013 te actualiseren. Er ligt een noodzaak om nog scherpere keuzes te maken enerzijds en anderzijds meer te denken in mogelijkheden en waarden en minder in regels. Daarnaast wordt ook dit jaar het bestemmingsplan voor de binnenstad geactualiseerd.

### Plangebied

Het plangebied omvat in grote lijnen het gebied binnen de Singels en de Stationsstraat/Stationsplein. Ten opzichte van de vigerende visie maakt de Maaspoort geen onderdeel meer uit van het centrum.

### SWOT

Kwaliteiten	Knelpunten
<ul style="list-style-type: none"><li>- Kleinschaligheid, overzichtelijkheid en menselijke schaal</li><li>- Combinatie oude en moderne architectuur, rijke cultuurhistorie, groot aantal monumenten zoals Martinuskerk</li><li>- Rijke tradities en verenigingen.</li><li>- Compleet aanbod aan winkels (functioneel en recreatief), horeca, culturele en maatschappelijke voorzieningen.</li><li>- Gevarieerd winkelaanbod met sterke nadruk op modisch en luxe.</li><li>- Goede bereikbaarheid via water, weg en spoor.</li><li>- Historische vorm binnenstad in essentie in tact gebleven.</li><li>- Groot aantal parkeergarages/parkeerplaatsen inclusief e-laadpalen, proef met gratis parkeren op koopavonden,</li><li>- Hoge kwaliteit materialisering openbaar gebied. Panden worden ook opgeknapt.</li><li>- Mooie, goedlopende evenementen zoals de kermis, cultureel lint, braderie, etc.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- (Zichtbare) leegstaande winkel- en kantoorpanden (totale leegstand circa 17.470 m2 vvo).</li><li>- Kale beleving, weinig groen.</li><li>- Rommelig gevelaanzicht in enkele hoofdstraten.</li><li>- Nieuwe Markt groot en ongezellig.</li><li>- Stationsplein chaotisch.</li><li>- Ruimtelijke kwaliteit mager in enkele gebieden achter de hoofdstraten en pleinen (bv Kromstraat Walburgspassage, Hegstraat).</li><li>- Diversiteit reclame op straat.</li><li>- Onvoldoende fietsenrekken (wordt deels al aangepakt).</li><li>- Weinig spel- en beweegaanleiding .</li><li>- Te beperkte coördinatie van en regie op evenementen – te weinig kleinschalige, hoogwaardige evenementen.</li><li>- Knelpunt van bedrijfsafval, met name op Oelemarkt.</li><li>- Centrum van Weert is onbekend bij groot aantal mensen.</li></ul>
Kansen	Bedreigingen
<ul style="list-style-type: none"><li>- Samenwerking intern en extern, zoals de Pact van de binnenstad</li><li>- Meer ondernemerschap bij huidige ondernemers + stimuleren verplaatsingen naar kernwinkelgebied.</li><li>- Startende ondernemers 'ruimte' en goede informatie geven.</li><li>- BIZ ondernemers (draagt bij aan structurele financiering)</li><li>- Vergroten gastvrijheid.</li><li>- Toenemende waardering voor kunst en cultuur en groene waarden : mensen zijn op zoek naar zingeving, naar beleving, naar verwondering.</li><li>- Meer inzetten op grensligging - Belgische markt.</li><li>- Krachtige Promotie – vergroten synergie met het groene buitengebied en de dag- en verblijfsrecreatie in rest van Weert.</li><li>- Minder regels/doelregels, meer ruimte voor initiatieven.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Behoudende mentaliteit Weertenaar/angst om kansen te benutten (gebrek aan lef).</li><li>- Te weinig ondernemerschap.</li><li>- Concurrentie tussen steden wordt steeds groter en middelgrote steden krijgen het moeilijker.</li><li>- Verdere afname winkelloppervlak.</li><li>- De horeca markt is kwantitatief verzadigd.</li><li>- Vergrijzing in de binnenstad.</li><li>- Mogelijk spanningsveld tussen grotere evenementen (en het bijbehorend ruimtegebruik) en de wens om meer groen en kleinschalige inrichting.</li><li>- Omvang van de stad lijkt te klein voor commerciële evenementen (zonder vrijwilligers). Evenementen daardoor sterk afhankelijk van vrijwilligers; wordt steeds lastiger om die te vinden – financieel risico.</li></ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wonen is een van de weinige groeimarkten, trek naar de stad vanuit de dorpen.</li> <li>- Gebiedsgerichte thematisering - transformatie</li> <li>- Nationaal en provinciaal beleid zoals de nationale retailagenda, pilots VNG, investeringsprogramma toerisme en recreatie en investeringsprogramma stedelijke ontwikkeling.</li> <li>- Technologische veranderingen</li> <li>- Flexplekken – terugkeer van de maakindustrie (creatieve ondernemers, ambachten)</li> <li>- Provinciaal beleid gericht</li> </ul>	
---	--

### 3.2. Opgave

1. Koesteren van onze kwaliteiten: de grote rijkdom van ons erfgoed, de mix van winkels, horeca, cultuur, kantoren, woningen en de ruimtelijke karakteristiek (overzichtelijk, gemoedelijk, cultuurhistorie) en goede bereikbaarheid.
2. Meer inzetten op:
  - Aanpak leegstand: dit omvat onder andere functietransformatie in de aanloopstraten en het realiseren van een compacter kernwinkelgebied met een sterkere branchering. Verder tijdelijke invulling van panden en andere vormen van leegstandcamouflage.
  - Stimuleren van ondernemerschap bij huidige ondernemers (meer inspelen op trends en ontwikkelingen) en aantrekken van groot aantal nieuwe ondernemers (ruimte geven, mogelijke belemmeringen wegnemen, verbeteren communicatie over de mogelijkheden).
  - Cultuurprogramma dat op zichzelf aantrekkelijk is en van grotere betekenis wordt voor de binnenstad als totaal (bv arrangementen in combinatie met horeca, culturele buitenevenementen, etc).
  - Krachtige promotie en eenduidige profilering: Gebruik maken van de grensligging, kansen vanuit België, toeristen die verblijven op de vakantieparken en het aantrekkelijke buitengebied bezoeken. Inwoners van Weert en de regio. Op zoek naar het onderscheidende profiel. Zowel offline als online.
  - Betere aankleding, sfeer en inrichting: veel meer sfeerbepalend groen, gevelgroen, plukgroen, bloemen, biodiversiteit, meer kunst, meer spelaanleidingen/aanzet tot beweging, opnieuw zichtbaar maken historische elementen, gevelverbetering, aanlichting markante gebouwen, etc. Passend bij de identiteit van Weert.
  - Vergroten synergie met toerisme in heel Weert en het stimuleren van toerisme.
  - Verbeteren ruimtelijke kwaliteit in steegjes, straten en pleinen die achter de hoofdstraten zijn gelegen, zoals de Kromstraat, Hegstraat en Walburgpassage, waardoor bewoning van deze straten weer mogelijk wordt.
  - Doorontwikkelen van het evenementenaanbod (o.a. meer diversiteit) en verbeteren afstemming, coördinatie en communicatie. Tevens herbezien van de locatie van de weekmarkt en kermis.
  - Meer en betere fietsenstallingen en parkeren stimuleren in de parkeergarages.
  - Schoon, heel en veilig.
  - Vergroten samenwerking intern en extern; verdere doorontwikkeling van Centrum Management met structurele financiering.

### Visie naar de toekomst

De binnenstad is een plek om te ontspannen, om jezelf te vermaken en te ontplooiën. **Historie als leitmotief.** Het unieke van Weert wordt grotendeels bepaald door het historische karakter van de stad. De ambitie voor de toekomst is het herwaarderen van deze kwaliteiten, van de erfgoedruimten, de kleinschalige structuur, de monumenten. En voortbouwen aan de binnenstad op basis van deze

historische karakteristiek. Ook de hedendaagse vernieuwingen dienen hun inspiratie te verkrijgen uit de historie. Dit geldt zowel voor de inrichtingselementen in de openbare ruimte (mooie verlichting, water- en groenelementen op de Oude Markt en het stadspark, spel- en beweegaanleidingen) als voor de (renovatie en nieuwbouw van) gebouwen (bv herstel van oude gevels en aangepaste reclamevoering).

De binnenstad vraagt daarnaast om veel meer groen, een hoge biodiversiteit, een verrassend cultuurprogramma, nieuwe concepten op het gebied van horeca, winkels, leisure, een groot aantal zelfstandige ondernemers, etc. Alle veranderingen vragen om een nieuw soort ondernemerschap. Van afwachtend naar proactief ondernemen en experimenteren. Op schaal van Weert betekent dit ook het bevorderen van concentratie van functies die in de binnenstad thuishoren. Op het inzetten op kwaliteit in plaats van kwantiteit en het stimuleren van functiemenging en verkleuring en transformatie in de aanloopstraten binnen (en buiten) de Singels.

### **Vraagstukken/discussiepunten (zie hoofdstuk 4 discussienota voor volledig overzicht)**

Per thema gelden er uitgangspunten, zie hiervoor hoofdstuk 4 in de concept-discussienota.

Hieronder de discussiepunten.

- Ruimtelijke kwaliteit: op welke wijze vergroten van de beleving (bewegen, kunst, spelaanleiding, urban culture, vergroenen, biodiversiteit) & van de beeldkwaliteit van pleinen en gebouwen (wat, hoe)? Opwaarderen erfgoedruimten/markante gebouwen (wat en hoe?).
- Leegstand: instrumenten leegstandsbestrijding, vormen van leegstandcamouflage, flexibiliteit bestemmingsplan, relocatie, hergebruik versus nieuwbouw?
- Winkels: afbakening kernwinkelgebied, toekomstperspectief aanloopstraten, vermindering regels, stimuleren ondernemerschap, branchevervaging?
- Wonen: waar, voor wie en in welke omvang woningen toevoegen, welke randvoorwaarden?
- Kantoren: alleen kantoren met baliefunctie toestaan of ook zonder baliefunctie, welke randvoorwaarden, nieuwe concepten/flexplekken?
- Horeca: nieuwe horecaconcentratiegebieden?, toekomstperspectief Oeemarkt en Bassin, vasthouden locaties van cafés of verruimen, terrassenbeleid, reclamebeleid (belasting)?
- Leisure-evenementen: meer sturing op evenementen (type, omvang, locatie) ? Groter profijt cultuur op binnenstad? Toekomstperspectief weekmarkt en kermis?
- Bedrijvigheid: bedrijvigheid toestaan? Zoja, nadere voorwaarden stellen zoals locatie en type?
- Bereikbaarheid: bewaakte fietsenstalling (waar, gratis?), verbetering fietsparkeren & fietsroutes?, bereikbaarheid OV?
- Duurzame en klimaatbestendige stad: hemelwater afkoppelen, energieopwekking?, besparing van energie?, hoe hittestress, verdroging en wateroverlast verminderen? Rol van de singels?
- Organisatie en samenwerking: onderscheidend profiel?, communicatie en marketing tools? specifieke doelgroepen, hoe stimuleren zelfstandig ondernemerschap, structurele aanpak monitoring?