Actieprogramma
‘Speerpunt Binnenstad’

Roosendaal, oktober 2012

1 INLEIDING

Aanleiding
Als gevolg van (onder andere) de economische situatie en de opmars van internetwinkels, kampt de Roosendaalse binnenstad met teruglopende bezoekersaantallen en bijna vijftien procent leegstand. In mei 2012 heeft de gemeente een aantal voorstellen gedaan aan de gemeenteraad, om samen met Collectief Roosendaal, de stuurgroep[1] Binnenstad en het bewonersplatform Binnenstad waar mogelijk deze problemen op te pakken.

De huidige problematiek in de binnenstad heeft ertoe geleid dat de raad in de raadsvergadering van 16 mei j.l. een motie aannam, die het college verzoekt "*voor de binnenstad een deskundigenonderzoek met direct betrokkenen in te stellen, dat voor 1 oktober 2012 afgerond is*".

De binnenstad moet weer het kloppend hart van Roosendaal worden: een weliswaar compacter, maar nog steeds gezellig, aantrekkelijk, groen stadshart met een hoge menging van bewust gekozen functies, die elkaar onderling versterken.

Daartoe heeft de gemeente in samenwerking met Collectief Roosendaal, de Stuurgroep Binnenstad en het bewonersplatform Binnenstad een analyse uitgevoerd. Daarnaast heeft het bureau Connect uit Hasselt, mede op verzoek van de Taskforce Triple Roosendaal, onderzocht hoe het imago van de stad versterkt kan worden. Hieruit is het onderzoeksrapport "Samen naar een sterker Roosendaal" voortgekomen.

Het college neemt de conclusies uit beide onderzoeken over. Beide onderzoeken vormen dus de basis voor dit actieprogramma.

Leeswijzer
Dit document bestaat uit twee delen. Deel 1 beschrijft de conclusies en aanbevelingen uit beide rapporten. Deel 2 beschrijft de aanpak die de gemeente in samenwerking met de Stuurgroep Binnenstad heeft uitgewerkt op basis van de rapporten. De rapporten vindt u terug in de bijlagen.

[1]In de stuurgroep Binnenstad zijn vertegenwoordigd: Koninklijke Horeca Nederland, afdeling Roosendaal, Hoofdbedrijfschap Detailhandel, Kamer van Koophandel, Roselaar/Wereldhave, Metterwoon, MKB netwerk Roosendaal, Collectief Roosendaal, Marktcommissie en de gemeente.

Deel 1: Uitgangspunten

Dit actieprogramma is de uitwerking van het speerpunt Binnenstad van het college. Het heeft tot doel om tot een goed functionerend kernwinkelgebied te komen, met een aantrekkelijk recreatieaanbod (horeca, evenementen, cultuur et cetera), met voldoende woonaanbod en aantrekkelijke werklocaties. Kwaliteit boven Kwantiteit. Doelstelling is om het aantal bezoekers op hetzelfde niveau te houden (150.000 bezoekers per week) en om bezoekers te verleiden langer in het stadshart te verblijven dan de huidige gemiddelde verblijfsduur van twee uur.

Na de presentatie op 22 oktober 2012, wordt dit programma via de reguliere raadscyclus ingebracht en ter besluitvorming aangeboden aan de gemeenteraad.

Het actieprogramma is gebaseerd op twee rapporten:

- *De visienota 'Samen naar een sterker Roosendaal' van bureau Connect*
- *Het gemeentelijk rapport in samenwerking met de Stuurgroep Binnenstad*

Dit hoofdstuk geeft een overzicht van de conclusies en aanbevelingen uit deze beide rapporten.

1.1 Visienota Connect: 'Samen naar een sterker Roosendaal'

Connect kreeg de volgende vraag mee: *'Welke marketingstrategie moet Roosendaal kiezen om het imago van de stad te versterken?'* Connect heeft naar eigen zeggen voor een holistische benadering gekozen, die verder gaat dan alleen een marketingstrategie. Het rapport van Connect bevat daarom een brede analyse van de stad. Hiertoe werden 26 interviews gehouden met sleutelpersonen uit de Roosendaalse samenleving. Daarnaast bestudeerde het bureau een dertigtal beleidsdocumenten over verschillende thema's, zoals economie, sociaal, marketing, communicatie en toerisme.

Een belangrijke vaststelling is, dat het kernprobleem niet een gebrekkige marketing of een verkeerd gekozen slogan annex logo is. Volgens Connect is het belangrijker om te kijken naar de manier waarop met het publiek domein wordt omgegaan. Een aantal investeringen in het publieke domein die in het verleden hebben plaatsgevonden, voldoet niet aan de verwachtingen.

De aanbevelingen zijn onder te verdelen in vier aandachtsgebieden: *functionaliteit*, *communicatie*, *karakter van de binnenstad* en *visie*.

Functionaliteit
Roosendaal lijkt naar voren te komen als een stad die alles te bieden heeft, zowel voor inwoners, als voor externe bezoekers. Het is goed gelegen tussen Rotterdam en Antwerpen en heeft goede voorzieningen op het vlak van wonen, werken en recreatie. De kwaliteit is er, alleen weten veel mensen dit niet (vooral inwoners) en bruist het niet genoeg.

Connect stelt ook dat het huidige commerciële aanbod bovenmaats is ten opzichte van de vraag. Een natuurlijke krimp is volgens Connect dan ook niet onlogisch. Er dient een functionele visie te worden opgesteld die richting geeft aan het publieke domein in Roosendaal op lange termijn. Dit moet gekoppeld worden aan een beeldkwaliteitsplan. Het ontwikkelen van een geconcentreerd kernwinkelgebied met duidelijke loop- en zichtlijnen is volgens Connect essentieel.

Kortom: Roosendaal moet een profiel kiezen, waarmee een inkomstenstroom tot stand gebracht kan worden. Voor Roosendaal betekent dit volgens Connect haast automatisch dat het zich moet profileren op waar het in het verleden haar inkomstenstroom uit genereerde: haar winkelaanbod.

Roosendaal is een winkelstad. De toekomstige inspanning moet erop gefocust zijn dit te herstellen.

Communicatie
Het contact van de gemeente met de inwoners gaat goed. De Roosendalers zijn zeer tevreden over de dienstverlening van het Stadskantoor. Ook het contact tussen de gemeente en ondernemend Roosendaal gaat de laatste tijd heel goed: er is meer openheid. Rosada en Collectief Roosendaal voeren gezamenlijke campagnes en de VVV promoot maandelijks de evenementen, gekoppeld aan een bepaald thema. De VVV werkt samen met citymarketing en met de publieke en de private sector.

Wel adviseert Connect dat het aanbod in Roosendaal beter gecommuniceerd dient te worden en dat het gemeentebestuur opnieuw in contact moet komen met de Roosendaler. De gemeente moet haar inwoners meer als aandeelhouders zien.

Wat Roosendaal bovendien nodig heeft is volgens Connect een 'positieve stroming in de rivier' die het 'vuilnis' (lees: de moeilijke dossiers) onderdompelt. Zorg proactief voor een positief en mobiliserend verhaal dat deze dossiers van het netvlies haalt. De gemeente moet haar communicatie daartoe meer centraliseren (zowel qua organisatie als qua budgetten) en op zoek gaan naar een communicatiekanaal (anders dan het obligate websitekanaal) waarin zij zelf informatie over haar projecten, haar visie en haar activiteiten verspreidt.

Karakter van de binnenstad
Connect adviseert om de warmte terug te brengen in de binnenstad:

"Een eenvoudige fietstocht door en rond Roosendaal laat mooie groene zones zien, vernieuwende woon- en bouwprojecten en mooie architectuur en economische activiteit. Naarmate men meer naar het centrum toetrekt, verlaagt de hartslag, is er leegte, vergroot de afstand tussen mensen en wordt het beeld somberder. Daar waar in de kern de hartslag omhoog moet, er meer verbindingen moeten komen tussen mensen. Kortom, een stad als Roosendaal moet gezellig zijn. De fysieke infrastructuur van pleinen, straten en parken is daar bepalend in. Om gezellig te zijn moet Roosendaal kleinheden creëren."

Connect raadt bovendien aan om met de aanpak van het Tongerloplein een nieuwe start te markeren in het gezelliger maken van de binnenstad.

Visie
Connect beveelt aan om niet meer te blijven hangen in het verleden. Ook hier dringt zich de noodzaak op van een visie. Het is zaak om de juiste keuzes te maken. Kwaliteit in plaats van kwantiteit. Investeer in aspecten die zorgen dat je een warm gevoel krijgt voor de stad. Aspecten die van Roosendaal een stad maken die haar groenbeheer verzorgt, waar cultuur voor verbindingen in de samenleving zorgt en waar parkeerbeleid bijvoorbeeld geen budgettaire oefening is.

Plak- en pleisterwerk met korte termijnacties zal hier niet de oplossing bieden. Indien men de durf toont even zijn adem in te houden, kan men opbouwen naar 2014 met een vernieuwde en langdurige visie die perspectief biedt. Het is belangrijk dat men de rest van 2012 en 2013 de tijd neemt een plan te ontwikkelen op de lange termijn, vindt Connect:

"Wat volgens Connect nodig is, is een cockpit die gemandateerd is om de functionele visie te (laten) ontwikkelen en ze dan volgens een strak tijdspad uit te werken. Deze cockpit bekijkt het stedelijk

‘product’ op een integrale manier en verweeft de uitdagingen op infrastructureel, ruimtelijk, commercieel en marketingvlak in één gecoördineerde werking.

Dit vraag om een projectmatige aanpak. Gezien de omvattende oefening valt het af te raden deze fundamentele oefening te laten verzanden in werkgroepen of verschillende afdelingen. Hier is een slanke cockpit met aan het hoofd één projectmanager.”

1.2 Gemeentelijk rapport in samenwerking met Stuurgroep Binnenstad

Dit rapport beoogt antwoord te geven op de volgende probleemstelling:

“Hoe kan het stadshart van Roosendaal de aantrekkingskracht behouden en waar mogelijk versterken, zodanig dat het huidige aantal bezoekers behouden blijft, mogelijk groter wordt en deze langer in het stadshart verblijven?”

Het is opgesteld door de gemeente, in samenwerking met Collectief Roosendaal en vastgoedeigenaren. De werkgroep vastgoedmanagement (voorheen werkgroep leegstand en acquisitie) heeft groen licht gegeven. Het bewonersplatform centrum is geconsulteerd en heeft ingestemd met de denkrichting. Het plan is in de stuurgroep binnenstad gepresenteerd en besproken.

In grote lijnen gaat dit rapport, net als Connect, uit van de verwachting dat het kernwinkelgebied zich in de toekomst zal beperken tot het ‘stadshart’. Het rapport onderzoekt hoe de beweging naar minder detailhandelwinkels in het stadshart op een goede manier begeleid kan worden, zodanig dat een compacter, aantrekkelijk en compleet stadshart blijft functioneren.

Bewoners als economische basis
Het blijkt dat het kernwinkelgebied steeds meer haar economische basis haalt uit de bewoners van het stadshart en het gebied daar direct omheen. Naast het “verleiden van bezoekers om naar het stadshart te komen” is het daarom volgens dit rapport essentieel dat in het stadshart en het direct omliggende gebied zo veel mogelijk mensen wonen. Dat betekent dat in dit gebied zo veel mogelijk woningen gerealiseerd zouden moeten worden op plekken die vrij vallen door het verdwijnen van andere functies. Veel bewoning in een stadshart of binnenstad leidt ook tot meer ogen op straat en tot meer veiligheid, of een hoger veiligheidsgevoel.

Aantrekkelijke openbare ruimte (vergroening):
De eerste stap om tot een aantrekkelijker stadshart te komen is ervoor te zorgen dat de basis op orde is (bijvoorbeeld extra veegacties, verwijdering van graffiti en kauwgom en bewegwijzering). De afgelopen tien jaar is door de gemeente ingezet op de verbetering van de openbare ruimte van de binnenstad. De Nieuwe Markt, Tongerloplein en Tussen de Markten blijven sterk achter qua verblijfskwaliteit. De Nieuwe Markt is opgeknapt, maar wordt niet positief gewaardeerd. Tussen de Markten en het Tongerloplein dienen nog te worden opgeknapt. Op deze drie locaties dient de focus te liggen. Zo wil de gemeente van het Tongerloplein nog meer dan nu een cultuurplein van de stad maken. Pas als de basis eenmaal op orde is, kunnen strategische keuzes voor de toekomst gemaakt worden.

Focus op beleving (vrijetijdseconomie): winkels, horeca, cultuur, groen en wonen
Het gaat meer dan ooit om de totaalbeleving van de consument. Ruimte, cultuur, evenementen en groen dienen elkaar te versterken in plaats van beconcurreren. Het rapport beveelt aan om de kracht te zoeken in een meer integraal beeld van de binnenstad; evenwicht in aantrekkelijke winkels, horeca, cultuur, openbare ruimtes, groen, evenementen en wonen.

Het stadshart promoten in België
Hoewel het stadshart primair wordt gezien als ontmoetingsplaats voor de eigen bewoners, zijn alle bezoekers zeer welkom. Roosendaal heeft een natuurlijke regionale, bovenlokale ligging en verbindingen daarmee. De provincie Antwerpen lijkt hierin nog steeds een witte vlek te zijn. Met name als grensstad is het een uitgelezen mogelijkheid om met name Belgische klanten uit te nodigen naar Roosendaal. De ingezette promotiecampagne van de binnenstad en Rosada ("Smokkelwaar") zou verder moeten worden uitgebreid.

Vernieuwende wijkaanpak en onafhankelijk vastgoedmanagement
Het welvaren van de binnenstad is een gedeelde verantwoordelijkheid voor ondernemers, vastgoedeigenaren, bewoners en de gemeente. De gemeente wil daarom dicht op het vuur kunnen opereren en voortdurend het gesprek aangaan met de stad, zowel op operationeel, als tactisch en strategisch niveau. De gemeente dient zich volgens het rapport intern zo organiseren dat zij gemakkelijker en sneller maatwerk kan bieden, afgestemd op de behoeften van de binnenstad.

In overleg met ondernemers en vastgoedbezitters kan worden onderzocht of vastgoedmanagement door een onafhankelijke derde zou kunnen worden uitgevoerd, die het collectief belang voor ogen houdt.

Deel 2: Aanpak

Het college neemt de conclusies uit beide rapporten over en heeft in samenwerking met de Stuurgroep Binnenstad dit actieprogramma 'Speerpunt Binnenstad' vastgesteld. Dit plan vormt als het ware een tweetrapsraket:

- *Voor de korte termijn worden de acties uitgevoerd om de basis op orde brengen. Dit zijn met name gemeentelijke acties.*

- *De gemeente en de stuurgroep Binnenstad maken vervolgens, samen met een externe, gezamenlijk aan te wijzen deskundige, strategische keuzes voor de middellange en lange termijn. Zij vormen samen de door Connect genoemde 'Cockpit Binnenstad': een denktank die de focus heeft op de horizon. Deze keuzes worden door partners ook samen opgepakt en uitgevoerd.*

2.1 Korte termijn: de basis op orde

Herinrichting Tongerloplein
De afgelopen tien jaar is door de gemeente ingezet op de verbetering van de openbare ruimte van de binnenstad. De herinrichting van het Tongerloplein vormt daarin de laatste grote ingreep.

Entourage Tussen de Markten verbeteren
De uitstraling van twee panden dient hier verbeterd te worden. De gemeente is echter geen eigenaar van deze panden. De zaak ligt voor de rechter om het gezamenlijk eigendom te splitsen in twee eigendommen. Een mogelijkheid is dat de gemeente één van de eigenaren uitkoopt en het pand doorverkoopt.

Vaker vegen, kauwgom en graffiti verwijderen
Vanaf begin dit jaar is ten aanzien van het vegen van de binnenstad een ander regime ingesteld, dit betekent dat er geveegd word op zicht. Ook mensen met behoud van hun uitkering zijn inmiddels zichtbaar aanwezig om dit werk te doen. Gevolg is dat er veel klachten zijn gekomen over het zwerfvuil. Door verschuiving van budgetten wordt getracht het oude regime in de binnenstad te realiseren. Dat betekent dat de binnenstad, als visitekaartje voor de gemeente schoner zal zijn dan de rest van de stad.

Ten aanzien van het verwijderen van kauwgum zal eveneens door het verschuiven van budgetten minimaal tweejaarlijks kauwgom verwijderd worden.

Ten aanzien graffiti wordt het beleid aangescherpt ten aanzien van panden van particulieren. Dat betekent de eigenaren aanschrijven en vervolgacties daarna.

Bewegwijzering en looproutes
In aansluiting op bewegwijzering station – Brugstraat – Molenstraat – Stadhart. Men mist goede looproutes: je ziet niet waar het centrum begint en eindigt en er zijn geen goede aanloopstraten naar de winkelstraten en de markten.

Publieksacties parkeren
Publieksacties kunnen bijdragen aan de totale beleving van de bezoeker aan de binnenstad. In overleg kan worden onderzocht welke parkeeracties bijdragen aan het verlengen van de verblijfsduur

in de binnenstad.

Herstel groen Nieuwe Markt
De vaste bomen worden vervangen door nieuwe, beter geplaatste bomen. Inclusief natuurstenen banden. De bedoeling is de verblijfskwaliteit en de aantrekkelijkheid van de Nieuwe Markt te verhogen.

2.2 Lange termijn: strategische keuzes voor de toekomst

Roosendaal is en blijft een winkelstad. Roosendaal is van oudsher ook en handelsstad. Om de economische kracht van de Roosendaalse Binnenstad en haar functie als drager van de lokale identiteit te versterken, wordt door het college voorgesteld gericht te investeren in de functionele inrichting van het stadshart als impuls voor het totale functioneren ervan. Met aandacht voor een warme en gezellige uitstraling.

De partners bekijken welke stappen er gezet moeten worden om van de Roosendaalse binnenstad weer een onderscheidende binnenstad te maken. Welke functies zijn belangrijk voor Roosendaal? Waar moeten die komen? Hoe moeten die zich onderling verhouden? Waarmee kan Roosendaal zich onderscheiden? Hoe herstelt zich het contact met de inwoners? Hierbij wordt ook aandacht geschonken aan de mogelijkheden die de gemeentelijke gebouwen kunnen bieden.

De gemeente en de stuurgroep Binnenstad maken, samen met een externe, gezamenlijk aan te wijzen deskundige, strategische keuzes voor de middellange en lange termijn. Zij vormen samen de door Connect genoemde ‘Cockpit Binnenstad’. De keuzes die in deze cockpit worden gemaakt, worden door de raad en partners ook samen opgepakt en uitgevoerd.

Planning

- Na de presentatie op 22 oktober 2012, wordt dit programma via de reguliere raadscyclus ingebracht en ter besluitvorming aangeboden aan de gemeenteraad.

- Vòòr maart 2013 is er een externe deskundige aangewezen om samen met de stuurgroep en het college de verdieping op de langere termijn vorm te geven.

- In 2013 zijn de acties voor de langere termijn gekozen en in gang gezet.