Bijlage 2

(bij het Actieprogramma ‘Speerpunt Binnenstad’)

Het gemeentelijk rapport in samenwerking met de Stuurgroep Binnenstad

Datum: oktober 2012

INHOUDSOPGAVE

INHOUDSOPGAVE **2**

INLEIDING **3**

Aanleiding 3
Resultaat van samenwerking 3
Leeswijzer 3
1. TOEKOMSTVISIE **4**

1.1 De kaders 4
1.2 Samenwerken voor een betere beleving van de binnenstad 4
1.3 Een goed bereikbare, compacte binnenstad, versterkt met cultuur en groen 5
1.4 Contouren van de toekomstige binnenstad 7
1.5 Begeleiden van een autonoom proces 9
2. UITGANGSSITUATIE **10**

2.1 Feiten en cijfers 10
2.2 Wat vinden de ondernemers, vastgoedeigenaren van de binnenstad? 13
2.3 Parkeertarieven en aantrekkingskracht 13
2.4 Positie Roosendaal in de regio 13
3. Aanbevelingen **14**

3.1 Doelstellingen 14
3.2 Wonen in de binnenstad 15
3.3 Aantrekkelijke openbare ruimte (vergroening): 16
3.4 Focus op beleving (vrijetijdseconomie): winkels, horeca, cultuur, groen en wonen 17
3.5 Het stadshart promoten in België 17
3.6 Vernieuwende wijkaanpak 17

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*".

Resultaat van samenwerking

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.

Leeswijzer

De binnenstad moet weer het kloppend hart van Roosendaal worden: een weliswaar compacter, maar nog steeds aantrekkelijk, groen stadshart met een hoge menging van bewust gekozen functies, die elkaar onderling versterken. In hoofdstuk 1 leest u de visie die het college heeft op de toekomst van de binnenstad, met als stip op de horizon het jaar 2020. Hoofdstuk 2 schetst in hoofdlijnen de huidige situatie van de Roosendaalse binnenstad en de trends en ontwikkelingen die nu waar te nemen zijn. Hoofdstuk 3 biedt ten slotte aanbevelingen om de toekomstvisie op de binnenstad te realiseren.

[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.

1. TOEKOMSTVISIE

Een compactere, groenere binnenstad, met meer beleving en meer cultuur

De toekomstvisie voor de Roosendaalse binnenstad in 2020 vloeit logischerwijs voort uit de koepelvisie, de ontwerp-economische visie en de ontwerp-ruimtelijke visie[2]. Daarnaast heeft ook de provincie Noord-Brabant een duidelijke toekomstvisie. Dit hoofdstuk vormt een uitwerking van de kaders die hierin gesteld worden naar een visie op de binnenstad van Roosendaal, met als stip op de horizon het jaar 2020. Het realiseren van de visie vereist samenwerking tussen ondernemers, vastgoedeigenaren en beleggers. De gemeente wil dit proces begeleiden.

1.1 De kaders

Toekomstvisie van de provincie Noord-Brabant: een florerende vrijetijdseconomie

Vrije tijd wordt een steeds belangrijker thema in onze maatschappij.Dit blijkt onder andere uit de startnotitie 'Startnotitie 2.0 Vrijetijdseconomie in Brabant' voor de commissie van EZB van de provincie Noord-Brabant.

Kern van de koepelvisie

In 2020 is Roosendaal een stad van mensen, van wonen, van (net)werken. Een complete en vitale stad. Roosendaal kiest in zijn ontwikkeling voor behoud en versterken van de identiteit en kwaliteit van stad en dorpen. Door vernieuwing en transformatie. In de netwerksamenleving die wij zijn en nog meer worden, nemen wij als lokale overheid een fundamenteel andere rol in: van 'oplosser van alle problemen' naar een meer faciliterende rol en laten wij meer over aan partners en inwoners.

Kern van de economische visie (in ontwerp)

In economisch opzicht is er sprake van een trendbreuk. De tijden van vanzelfsprekendheid van groei liggen achter ons. Roosendaal kiest voor het versterken van de bestaande economische kracht en diversiteit en zoekt gericht naar nieuwe economische perspectieven. Belangrijke economische speerpunten zijn logistiek, zorg en de binnenstad.

Kern van de ruimtelijke visie (in ontwerp)

In ruimtelijk opzicht wil Roosendaal vooral een uitnodigende partij zijn voor maatschappelijke partners. Het ruimtelijk beleid voor de stad gaat zich richten op bouwen binnen de stedelijke contouren, (energie)zuinig ruimtegebruik, gebruik maken van de kracht van de eigen identiteit van wijken, dorpen en specifieke locaties, leefbaarheid in wijken en dorpen, behoedzaam en flexibel programmeren van functionele programma's en het faciliteren van economische potenties.

1.2 Samenwerken voor een betere beleving van de binnenstad

De huidige binnenstad heeft een ruim aanbod en is goed bereikbaar. De concurrentie van internet, waar het aanbod en het aankoopgemak ook groot zijn, neemt echter steeds meer toe. Er ontstaat zoiets als 'het nieuwe winkelen'. De consument maakt tijdens het koopproces naast de fysieke winkel

[2] Voor een gedetailleerde beschrijving van deze visies: www.roosendaal.nl

steeds meer gebruik van andere kanalen. Men oriënteert zich op internet, stapt vervolgens een fysieke winkel binnen om te kijken en te voelen. Succesvolle retailformules spelen in op dit 'cross channel gedrag' en stellen klanten in staat een integrale winkelbeleving te bieden over de verschillende kanalen heen. Consumenten willen Roosendaal in toenemende mate 'beleven': wandelen, fietsen, een bezoek aan attracties en horecabezoek worden gecombineerd met winkelen, sport, beleving van natuur en platteland. Winkelen is onder de noemer 'funshoppen' een toeristische activiteit geworden: kooptoerisme.

Hoewel verwacht mag worden dat het aantal winkels de komende jaren terugloopt, wil Roosendaal de aantrekkingskracht van haar binnenstad naar buiten niet verliezen. De Roosendaalse binnenstad biedt – zeker in combinatie met Rosada - goede mogelijkheden om winkelen te combineren met werken, vermaak en aangenaam verpozen. Door haar aanbod beter te combineren, kan Roosendaal haar huidige bezoekers vasthouden en langer laten blijven. Dat vereist samenwerking tussen ondernemers in de consumenteneconomie, met focus op het gezamenlijk realiseren en aanbieden van de optimale combinatie. De gemeente wil dit proces in overleg met winkeliers, eigenaren en beleggers begeleiden. Ook wil de gemeente de dynamiek die de detailhandel en de consumenteneconomie zo kenmerkt, faciliteren en ontwikkelingen uit de markt mogelijk maken.

1.3 Een goed bereikbare, compacte binnenstad, versterkt met cultuur en groen

Zoals gesteld in paragraaf 1.2, wil de gemeente ook aantrekkelijk blijven voor mensen van buiten Roosendaal, maar het is van groot belang dat de eigen inwoners de binnenstad waarderen en blijven (of gaan) bezoeken. Daarom richt de gemeente zich primair op hen. In algemene zin moet de aandacht verschuiven van *"meer en nieuw"* naar *"beter bestaand"* en deels ook *"anders".* Verschillende onderzoeken geven aan dat het aantal winkels in Nederland met circa dertig procent zal dalen, met name door de opmars van internetwinkelen, schaalvergroting en de economische recessie. Gezien die ontwikkelingen neemt de vraag naar winkelruimte waarschijnlijk af. Het winkelvloer-oppervlak in Roosendaal moet hierop worden afgestemd. Het gaat niet langer om het behouden van de huidige detailhandel, maar om een bewuste keuze voor het behoud van een sterk winkelapparaat in een binnenstad die compacter wordt. Deze concentratie betreft met name de bovenwijkse winkels. Winkels voor dagelijks gebruik blijven uiteraard in straten en wijken om het kernwinkelgebied functioneren.

Cultuurhistorische as

De cultuurhistorische as in de binnenstad, c.q. de historische linten van Roosendaal (de Kade/Kadeplein, de Markt, het Tongerloplein, de Molenstraat en de Raadhuisstraat) vormt de ruggengraat voor de beleving van de stad. In die as wil de gemeente zoveel mogelijk functies concentreren. In dit kader wordt speciaal aandacht geschonken aan de herinrichting van het Tongerloplein en de synergie van dit gebied als het gaat om de 'cultuurbeleving'. Het Tongerloplein blijft het cultuurplein, maar nieuwe vormen van amusement in relatie tot detailhandel zijn welkom.

Parken en groenvoorzieningen als rustpunt

Aanvullend aan de intensiteit van het commercieel centrum wil de gemeente met name de parkenstructuur (o.a. Emile van Loonpark en Vrouwenhof) verder ontwikkelen en benutten als ontspannings- en rustplekken in (en om) de binnenstad. In dat verband heeft de gemeente de ambitie om - in overleg met de betrokken partners - nieuw groen voor de binnenstad toegankelijk te maken in Mariadal en achter de Paterskerk.

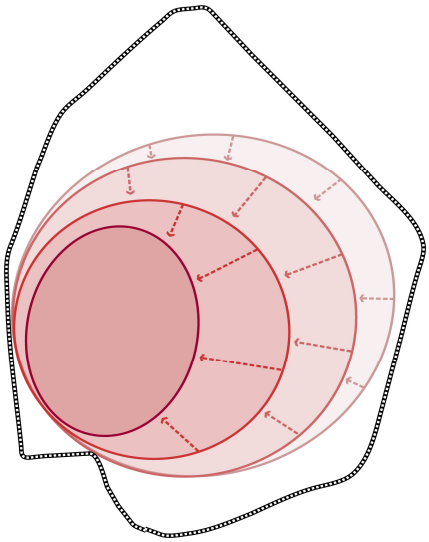
Veelzijdige aanrijdroutes

Roosendaal kent een aantal aanrijdroutes naar het stadshart. Dat is ook het onderscheidende kenmerk en daarmee de kracht van deze routes in relatie tot het autoluwe kernwinkelgebied. Dit biedt kansen voor andersoortige detailhandel (shop ’n go). Deze routes zijn met name de historische linten: Kade, Molenstraat (- Hoogstraat/Kalsdonksestraat), Raadhuisstraat/Burgerhoutsestraat en Nispensestraat. Het algemene beleid voor deze routes is: handhaven als verkeersroute, handhaven als menggebied, hoe verder van het kernwinkelgebied bij leegstand omzetten in wonen, eventueel dienstverlening.

De stadsentrees zijn het visitekaartje van Roosendaal. De juiste uitstraling, direct wanneer bezoekers van de snelweg komen, draagt bij de aantrekkelijkheid van Roosendaal. De aanrijdroute vanuit Roosendaal West, vanuit Roosendaal Zuid verdienen wat dat betreft aandacht. Zo ook de entrees van de binnenstad (Molenstraat,Mill-Hill plein en de westzijde van de Nieuwe Markt). De gemeente wil deze een gastvrijere aanblik geven.

1.4 Contouren van de toekomstige binnenstad

Het stadshart staat onder druk door leegstand, maar ook door ontmenging, omdat functies dreigen te vertrekken. Hierdoor concentreert het zich steeds meer rond de belangrijkste winkels en horeca, en dat betreft het gebied van de Markt en de Nieuwe Markt. In grote lijnen komt het erop neer dat het kernwinkelgebied zich in de toekomst beperkt tot het 'stadshart'.



Afbeelding 1

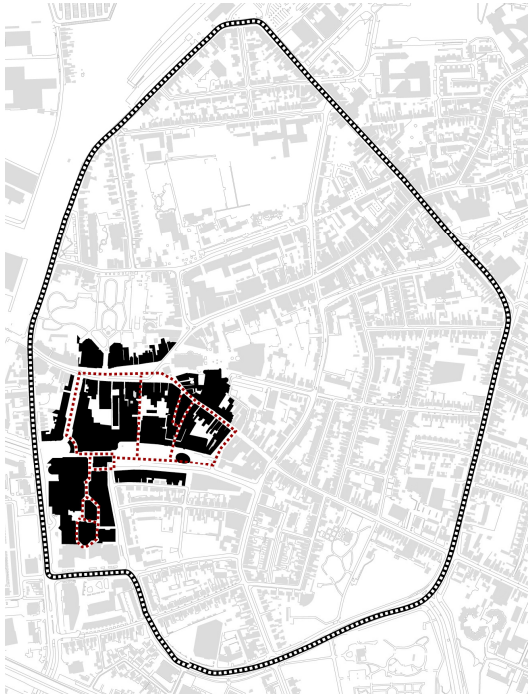
Voor alle duidelijkheid volgen hieronder de definities van de 'binnenstad' en het 'stadshart':

Definitie Binnenstad

De Binnenstad is het gedeelte van Roosendaal dat zich binnen de ring bevindt. Daarbij gaat de binnenstad op plaatsen, waar het oude historisch lint de ring kruist verder. Bedoeld worden o.a. de Kade, de Hoogstraat/ Kalsdonksestraat en de Burgerhoutsestraat[3].

Definitie Stadshart

De discussie over een compactere Binnenstad gaat meer over dat gedeelte van de binnenstad, dat ook wel aangemerkt kan worden als Stadshart. Het betreft de Markt, Raadhuisstraat, Molenstraat, Bloemenmarkt, Tongerloplein, Braberstraat, Kade, Roselaarplein, de Roselaar, Nieuwe Markt. Kenmerk van een stadshart is dat het een menggebied is, dus een gebied waar economische functies (werkgelegenheid), het wonen en andere functies aanwezig zijn en als het ware om de ruimte strijden. Met andere woorden het stadshart is bij uitstek een menging van (bovenwijkse) winkels, verkeer, parkeren, bedrijven, horeca, kantoren, wonen, cultuur en evenementen (beleving).



Afbeelding 2: Compactere binnenstad

De inzet om een concentratie van aanbod binnen het stadshart te behouden, richt zich met name op de volgende straten: Markt noord en zuid (niet west richting "schuiven"), Nieuwe Markt (Jan Snel), Nieuwe Markt noord en zuid (niet oost), Passage, Roselaarplein, Roselaar, Dr Brabersstraat, Tussen de Markten, westelijk deel Raadhuisstraat, Biggelaar en Tongerloplein (zie Afbeelding 2).

[3] (Bron: Plan van Aanpak Binnenstad, mei 2008 en interpretatie Structuurschets Binnenstad 24 feb 2000)

Winkels: groot en klein rondje

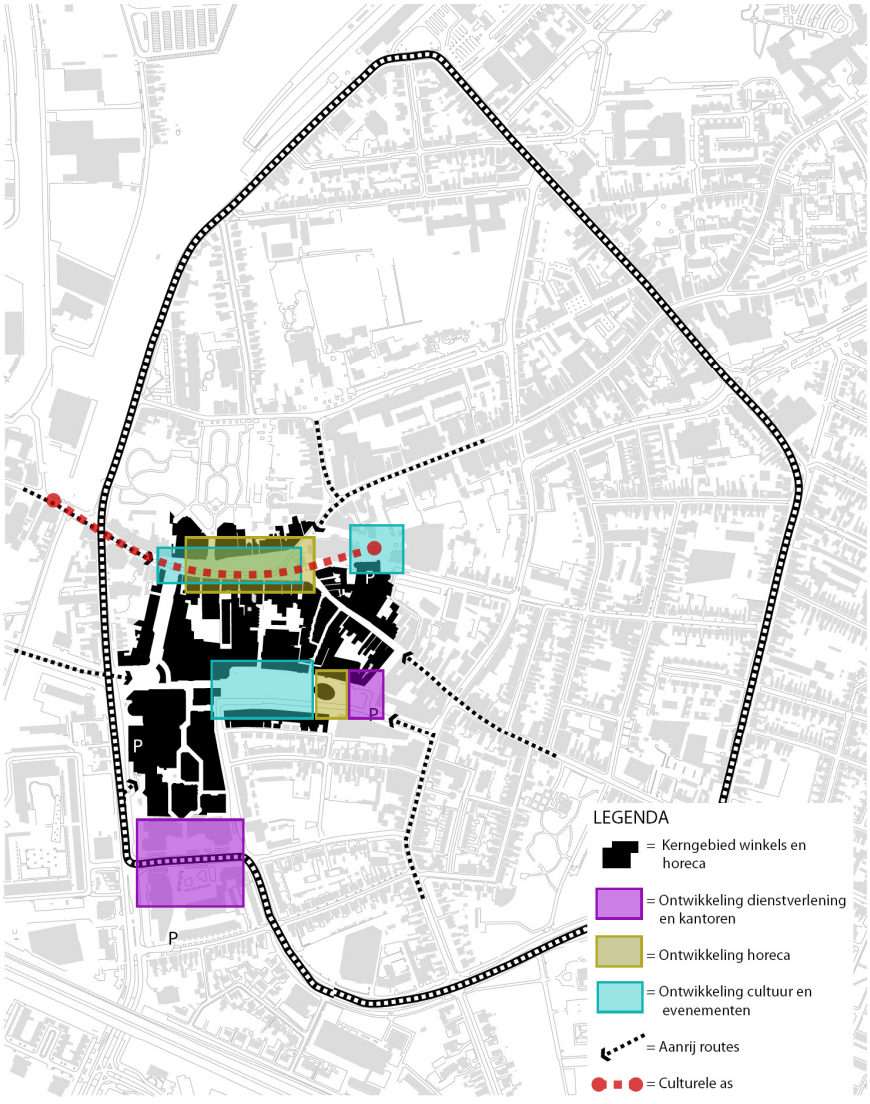
Zo ontstaan twee winkelrondes (of een “winkelacht” inclusief Tussen de Markten). De noordelijke winkelronde om te winkelen en iets te nuttigen bestaat globaal uit Markt, Dr Brabersstraat, Nieuwe Markt, Passage, Raadhuisstraat. De “winkel-acht” zijn dezelfde straten, aangevuld met Tussen de Markten. De zuidelijke winkelronde is in de Roselaar. Uitdaging is om de twee rondes goed te verbinden, bezoekers te verleiden het gehele winkelrondes te verkennen.

Horeca: geconcentreerd, maar divers

Binnen de noordelijke winkelronde streven we een evenwichtige spreiding na, van enkel winkel-gerelateerde daghoreca. Voor de uitgaansgerichte horeca is concentratie in kernhorecagebieden het uitgangspunt.

De bestaande concentraties van horeca blijven behouden en een verdere ruimtelijke spreiding is niet gewenst. Als specifieke kernhoreca-gebieden (horecaconcentratiegebieden) zijn aangemerkt: het gebied Markt (vanaf bibliotheek, Bloemenmarkt, Tongerloplein, de Raadhuisstraat tussen Nieuwe Markt en Nispensestraat). Binnen deze horecaconcentraties is een verbreding van functies mogelijk en komen er meer mogelijkheden om winkel ondersteunende horeca te vergroten.

Visie op de toekomstige binnenstad



1.5 Begeleiden van een autonoom proces

Een compactere binnenstad betekent dat aan de uiteinden van het huidige stadshart leegstand zal ontstaan en functieverandering zal moeten plaatsvinden, bijvoorbeeld in de Hoogstraat, Molenstraat, kop van de Nieuwe Markt en Nispensestraat, Mill Hillplein, Raadhuisstraat en Burgerhoutsestraat.

De binnenstad mag zich niet ontwikkelen tot een “gatenkaas”, bestaande uit verschillende kleine concentraties van winkels, voorzieningen en cultuur. Daarom wil de gemeente perifere winkels, dicht tegen het stadshart aan verleiden om zich in het stadshart te vestigen. Andere functies, zoals dienstverlening, kantoren, wonen en cultuur zijn hier van harte welkom. Het gaat om de menging van deze functies, om een attractieve stad te blijven en te versterken zijn winkels en horeca primair aangevuld met beleving en een aangenaam verblijfsklimaat.

De rol van de gemeente zou kunnen zijn het autonome proces van leegstand en compacter worden van het stadshart op een goede manier te faciliteren om zo de aantrekkelijkheid van een geconcentreerd stadshart met diverse functies te behouden. Waar mogelijk en nodig zal de bestemming van panden daarop worden aangepast.

2. UITGANGSSITUATIE

Het winkelaanbod is groter dan de vraag

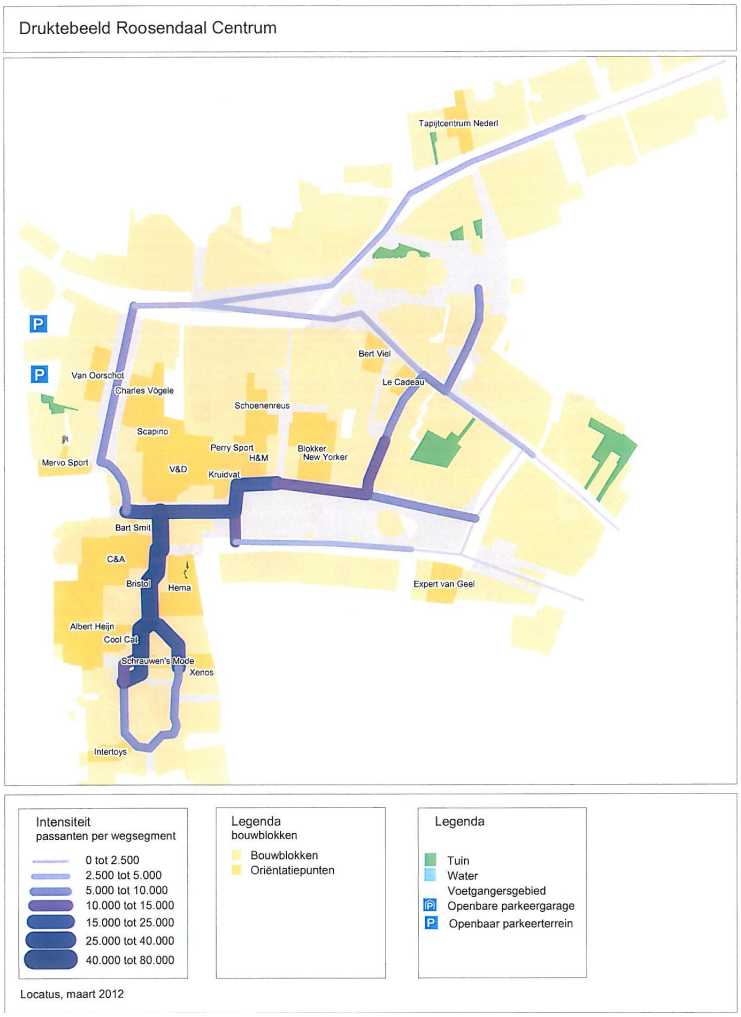
Vanuit welke positie vertrekken we naar de toekomst die in het voorgaande hoofdstuk werd geschetst? De vanzelfsprekendheid dat gronden voor woningen, winkels en kantoren uitgegeven konden worden is er niet meer. In 2012 heeft Roosendaal zelfs te maken met een overschot aan bijvoorbeeld kantoor-en winkelruimte. De woningmarkt zit op slot, ook al duiden de provinciale prognoses op een lichte groei van de woningvoorraad. Dit hoofdstuk geeft een grove schets van de huidige stand van zaken en het probleem waar Roosendaal voor staat.

2.1 Feiten en cijfers

Druktebeeld

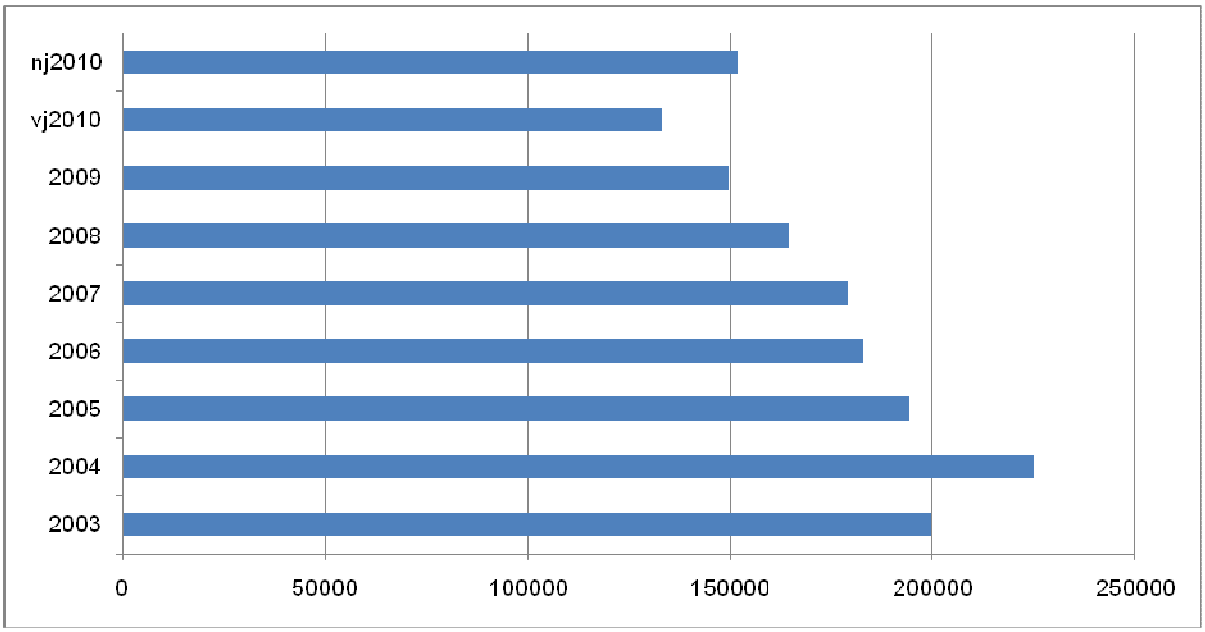
Het druktebeeld in het centrum geeft de intensiteit van de passanten aan. De hoogste intensiteit is in de Roselaar en het Roselaarplein, de intensiteit aan de uiteinden is veel lager. Zeventig procent van de bezoekers ziet het Roselaarplein, slechts dertig procent het “Jan Snel-straatje”.

Uit bijgaand druktebeeld blijkt dat consumenten en bezoekers het kerngebied van Roosendaal eigenlijk al hebben gedefinieerd.



Bezoekersaantallen

In het najaar van 2010 bedroeg het aantal bezoekers in de binnenstad 151.000 personen per week (Locatus, zie figuur hieronder). Tien jaar geleden was dit nog 200.000. De tellingen van 2012 laten weer een stijging zien: het aantal bezoekers is op dit moment 160.000 bezoekers.



Bron: Locatus

Arbeidsplaatsen

Het totaal aantal werkzame personen in de binnenstad is afgenomen van zo'n 4.712 in 2004 naar zo'n 4.456 in 2011.

Inwoneraantal

Het aantal inwoners in de binnenstad is toegenomen van zo'n 3.564 in 2000 naar 4.085 in 2012.

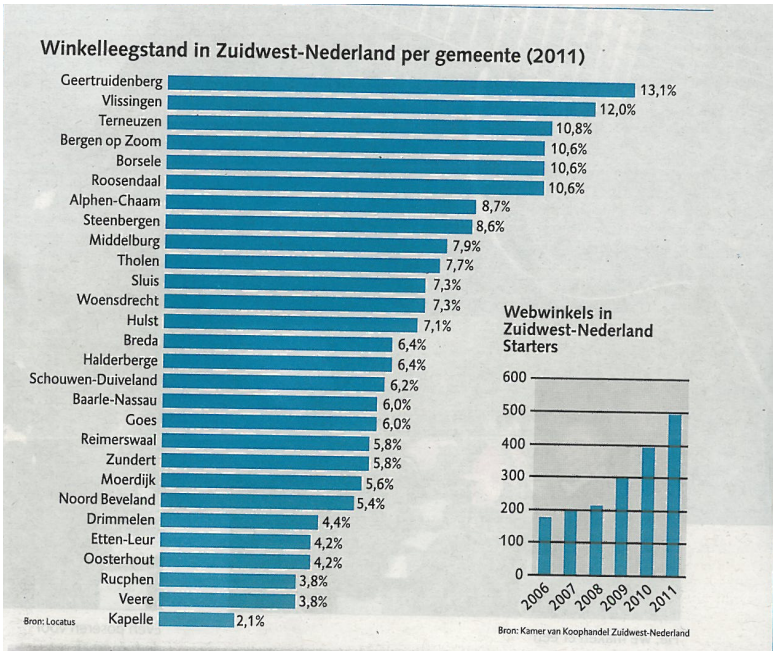
Parkeren

Op dit moment is de gemiddelde parkeerduur minder dan 2 uur.
Zowel het bezoekersaantal als de gemiddelde parkeerduur in de parkeergarages de Biggelaar, de Roselaar en de Nieuwe Markt is in 2012 afgenomen ten opzichte van 2010:

Parkeergarage	**Bezoekersaantal in 2012 (ten opzichte van 2010)**	**Parkeerduur in 2012 (ten opzichte van 2010)**
Biggelaar	95%	90% (parkeren per minuut)
Roselaar	93%	98%
Nieuwe Markt	95%	95%

Leegstand

Het winkelaanbod in de binnenstad van Roosendaal is groter dan de vraag. Er is sprake van een teruglopend aantal winkels. Roosendaal heeft volgens Locatus op dit moment een winkelleegstand van 10,6%, zoals blijkt uit de volgende figuur:



De leegstand in het Centrum per 2012 is: 81 verkooppunten op een totaal van 612 (bron Locatus). Zie de bijgevoegde tabel in leegstand 2004-2012

Roosendaal Centrum

Aantal leegstaande verkooppunten per subcentrum, 2004-2012

		JAAR								
		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
SUBCENTRA	Biggelaar	3	2	3	5	5	1	2	2	3
	Centrum Roosendaal	27	27	38	38	45	62	58	74	70
	De Roselaar	6	2	3	2	1	2	2	8	6
	Dokter Brabersstraat	1	1	1	2	1	2	1	6	1
	Hogestede	2	2	0	1	1	0	0	1	0
	Roosendaal-Passage	15	14	14	0	3	5	4	3	1
	Totaal	54	48	59	48	56	72	67	94	81

Bron: Locatus

De leegstand in de binnenstad wordt in 2012 het hardst gevoeld in (delen van) de kop van de Nieuwe Markt, de Raadhuisstraat vanaf de ‘Jan Snelstraat’ tot aan de Prinsensingel en het oostelijk deel van de Molenstraat. Deze leegstand heeft betrekking op alle soorten gebouwen: wonen, winkels, horeca etc.

2.2 Wat vinden de ondernemers, vastgoedeigenaren van de binnenstad?

In de werkgroep vastgoedmanagement wordt al langer gesproken over het tegengaan van de leegstand en het aantrekkelijker maken van het stadshart. De aantrekkelijkheid van het stadshart wordt door Collectief Roosendaal ter discussie gesteld en met name de Nieuwe Markt wordt als een kaal, leeg plein gekenschetst en ervaren. De architectuur van het Paviljoen wordt niet door iedereen gewaardeerd. De inrichting van de openbare ruimte is voor verbetering vatbaar (sfeer). Hoewel de bereikbaarheid van de binnenstad niet als negatief wordt ervaren, zijn ondernemers van mening dat (hoge) parkeertarieven van invloed zijn op het bezoekersaantal.

De leegheid van de Nieuwe Markt wordt mede veroorzaakt door de wens van het college om bij het maken van de plannen voor de Nieuwe markt een maandagmarkt te accommoderen van circa 190 marktkramen. Dat betekent zo min mogelijk obstakels op de Nieuwe Markt.

2.3 Parkeertarieven en aantrekkingskracht

Uit onderzoek blijkt dat parkeertarieven mensen er niet van weerhouden de binnenstad te bezoeken. De aantrekkingskracht van een centrum wordt in de eerste plaats bepaald door de attractiefactoren van het centrum (sfeer, aanbod, etc.). Parkeren is slechts één aspect van het totaal aan beïnvloedbare factoren. Binnen dit aspect 'parkeren' is 'prijs' niet het belangrijkste aspect[4]. Parkeerders vinden o.a. veiligheid voor auto en persoon, voldoende plaatsen, loopafstand en ruime parkeervakken belangrijker dan de prijs. Het blijkt dat het effect van prijsacties een beperkt effect heeft op de aantrekkingskracht van de binnenstad.

2.4 Positie Roosendaal in de regio

De binnenstad van Roosendaal heeft de afgelopen jaren regionaal haar positie verloren. Het winkelaanbod is echter relatief groot voor alleen de lokale vraag. De winkels zijn dus ook aangewezen op klanten van buiten Roosendaal. Roosendaal concurreert daarin met andere winkelsteden in West-Brabant, zoals Bergen op Zoom, Etten-Leur en Breda. Daarnaast hebben grotere steden als Rotterdam en Antwerpen hun invloed. De binnenstad is weinig onderscheidend ten opzichte van andere binnensteden in de omgeving. Hierdoor wordt de concurrentie van het internetwinkelen extra hard gevoeld. Er is een gebrek aan onderscheidende trekkers, waardoor het onderscheidend vermogen van Roosendaal nu onvoldoende is. De Passage wordt wel als onderscheidend ervaren, maar het is de vraag hoe de binnenstad van de gemeente Roosendaal zich in de toekomst kan onderscheiden ten opzichte van andere steden.

In samenwerking met ondernemers en vastgoed wordt onderzocht in hoeverre Roosendaal acquisitie kan plegen om onderscheidende innovatieve recreatieve, culturele en toeristische trekkers naar Roosendaal te brengen.

[4] (Bron: Vexpan Parkeeronderzoek)

3. Aanbevelingen

Samenwerken aan een compacte, aantrekkelijke en evenwichtige binnenstad

Roosendaal staat voor de uitdaging om het autonome proces van leegstand en het compacter worden van het stadshart op een goede manier te begeleiden. De aantrekkelijkheid van een geconcentreerd stadshart met een hoge menging van recreatieve functies dient hierbij behouden te blijven of zelfs versterkt te worden. De hoge dynamiek in de detailhandel (zeker in de binnenstad) vergt ook een dynamische (korte termijn) aanpak, gericht op de problemen en kansen die zich manifesteren in de markt(omgeving). Tegelijkertijd moet deze aanpak wel aan blijven sluiten bij het gewenste beeld voor de lange termijn. Een uitdagende paradox. Dit hoofdstuk geeft aanbevelingen over hoe de gemeente en ondernemers deze uitdaging aan kunnen gaan.

3.1 Doelstellingen

Twee lijnen

Dit plan volgt twee lijnen: enerzijds is de binnenstad door het college benoemd als economische speerpunt. Begin dit jaar heeft het college van B&W van de gemeente Roosendaal twaalf prioriteitsdossiers vastgesteld. Economie en Wijkgericht werken zijn twee van deze prioriteiten. In het kader van de economie is de binnenstad nog steeds een van de belangrijkste speerpunten. De focus in de binnenstad ligt op:

- Ondernemers in de binnenstad: binnenstadsmanagement en citymarketing;
- Anders werken in de binnenstad; organisaties gaan beter samenwerken en meer vraaggericht en oplossingsgericht werken, en bewonersparticipatie vergroten;
- Bewoners van de binnenstad: wijkperspectief en wijkgericht werken.

Anderzijds zijn er de doelen die benoemd zijn door gemeente en ondernemers in het kader van het centrummanagement:

- Versterken van de organisatiegraad in het centrum;
- Versterken van de samenwerking tussen de belanghebbende partijen;
- Versterken van de economische functie van het centrum;
- Versterken van de wisselwerking tussen recreatieve, culturele en toeristische publiekstrekkers in het centrum;
- Vergroten van de bekendheid van het Roosendaals centrum vanuit een onderscheidend, aantrekkelijk en eenduidig imago van Roosendaal;
- In stand houden van een leefbaar en aantrekkelijk centrum.

Samengevat hanteren we in dit plan de volgende doelstelling:

Een goed functionerend kernwinkelgebied 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.

3.2 Wonen in de binnenstad

De menging van innovatieve functies (detailhandel, horeca, cultuur, etc.) dient het hoogst te zijn in het (compactere) stadshart. In tegenstelling tot historische binnensteden is in Roosendaal veel mogelijk. Als gemeente staan we hier open voor. Dat betekent overigens dat niet alleen economische functies hier gevestigd moeten zijn of blijven, ook het wonen moet zo mogelijk gestimuleerd worden.

Bewoners als economische basis

Uit onderzoek is gebleken dat het kernwinkelgebied steeds meer haar economische basis haalt uit de bewoners van het stadshart en het gebied daar direct omheen. Immers de bewoners van een binnenstad doen hun boodschappen in diezelfde binnenstad. Een en ander sluit ook goed aan bij het standpunt van het college dat het winkelapparaat in de eerste plaats voor de eigen bewoners is.

In binnensteden met veel (met name draagkrachtige) bewoners blijkt het kernwinkelapparaat doorgaans erg goed te functioneren. Naast het “verleiden van bezoekers om naar het stadshart te komen” is het daarom 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.

Een belangrijk aandachtspunt bij woningbouwontwikkeling in de binnenstad is echter het parkeren en de eisen die daaraan worden gesteld.

Doelgroepen

Wat betreft de doelgroepen die zich in Roosendaal willen vestigen, zijn het gedeeltelijk welgestelde ouderen, maar ook jongeren, die enerzijds aangetrokken worden door de binnenstedelijke functies als horeca, evenementen en cultuur, anderzijds door de aanwezigheid in de nabijheid van het station en buslijnen.

Meer ogen, meer veiligheid

Veel bewoning in een stadshart of binnenstad leidt ook tot meer ogen op straat en tot meer veiligheid, of een hoger veiligheidsgevoel. Mede door het uitvoeren van het KVO (Keurmerk veilig ondernemen) en KVU (Kwaliteitsmeter veilig uitgaan) zal de totale sociale veiligheid nog verder toenemen wanneer er meer mensen wonen.

Lege panden omzetten in woningen

Leegkomende winkelpanden kunnen het beste voor bewoning geschikt gemaakt worden.
Op langere termijn kan het zijn dat bestemmingsplannen hiervoor moeten worden aangepast. Dit zal pand voor pand bekeken moeten worden. Maatwerk is hier noodzakelijk.

3.3 Aantrekkelijke openbare ruimte (vergroening):

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 ligt de focus.

Stadshart schoon, heel en veilig

De eerste stap om tot een aantrekkelijker stadshart te komen is ervoor te zorgen dat de basis op orde is. Voor bewoners, bezoekers en bedrijfsleven is het stadhart het visitekaartje van de gemeente en die behoort schoon, heel en veilig te zijn. Dat betekent onder meer dat daar meer geveegd zal worden dan in andere wijken, maar dat ook bewoners en bedrijfsleven hier een eigen taak in zullen moeten oppakken. Wat voor vegen geldt, geldt ook voor kauwgomverwijdering en graffiti. Eigenaren van panden waarop graffiti wordt aangebracht, kunnen natuurlijk ook zelf de boel schoonmaken.
Het uitvoeren van KVO (Keurmerk veilig ondernemen) en KVU (Kwaliteitsmeter veilig uitgaan) dient voortvarend ter hand te worden genomen en zal de totale sociale veiligheid nog verder doen toenemen.

Ruimte, cultuur, evenementen en groen versterken elkaar

De kern hiervan is dat de aanwezige parken en pleinen een gebruik kennen passend bij hun specifieke uiterlijk, geen concurrentie aanwezig is vanuit het gebruik, maar aanvulling. Kortom: er moet sprake zijn van een goed gebruik binnen het stedelijk functioneren:

- De Nieuwe Markt dient het economische plein te zijn waar activiteiten en evenementen kunnen plaatsvinden;
- De Markt dient de huiskamer van de stad te zijn;
- Het Tongerloplein dient het cultuurplein te zijn;
- Het Emile van Loonpark dient het groene rustpunt in de binnenstad te zijn;
- Het Vrouwenhof is een groot groen park van allure, op loopafstand van de binnenstad en is uitstekend geschikt voor culturele activiteiten.

De ontwikkeling en afstemming van evenementen is in de economische visie een basisprioriteit binnen de consumenteneconomie en is een belangrijke peiler voor het speerpunt “aantrekkelijke binnenstad”. Consumenten willen in toenemende mate belevenissen bij alles wat ze doen. Ter behoud en zo mogelijk versterking van de regionale functie van de Roosendaalse binnenstad wordt ingezet op de totaalbeleving van de consument. Evenementen vervullen daarbij een belangrijk rol en zijn om deze reden ook prominent opgenomen in het Marketingplan.

Momenteel wordt gewerkt aan een nieuw gemeentelijk evenementenbeleid dat enerzijds tegemoet komt aan de transitie van verantwoordelijkheden binnen het vrijetijdsdomein en anderzijds aan het economische belang van evenementen. Er is behoefte aan meer regie op evenementen; het gaat daarbij vooral om betere afstemming en meer samenwerking (thematisch, programmatisch/ agendatechnisch, financieel, facilitair, organisatorisch, enz.) en (in)direct rendement. Meer regie betekent echter niet dat de gemeente meer aan zet is.

Het instellen van een Evenementenfonds is een mogelijkheid om subsidietoekenning op enige afstand van de gemeente te laten plaats vinden.

Vergroening van de binnenstad

Roosendaal is genomineerd in het kader van de Entente Florale tot groenste stad van Nederland. Mede daarom dient te worden ingezet op vergroening van de binnenstad. Ook het bedrijfsleven zou daar zelf initiatieven in kunnen nemen door gebruik te maken van de “Kansenkaart voor vergroening van de binnenstad”.

Daarnaast wordt de mogelijkheid onderzocht om een onafhankelijke stadsarchitect in te schakelen, die kritisch kijkt naar mogelijke quick wins in de openbare ruimte.

3.4 Focus op beleving (vrijetijdseconomie): winkels, horeca, cultuur, groen en wonen

Het gaat meer dan ooit om de totaalbeleving van de consument. Zoek de kracht in een meer integraal beeld van de binnenstad; evenwicht in aantrekkelijke winkels, horeca, cultuur, openbare ruimtes, groen, evenementen en wonen.

Werk aan het verbeteren van de sfeer in de binnenstad door “hanging baskets” en sfeerverlichting voor de feestdagen (sinterklaas, kerst). Laat de vergroening bijdragen aan het verbeteren van de sfeer. Ook de verblijfskwaliteit en aantrekkelijkheid in winkels en winkelcentra behoeft aandacht. De gastvrijheid naar bezoekers toe is van belang. Om de binnenstad te ondersteunen dienen we gebruik te maken van identiteitsdragers van de stad (cultuurhistorische as) en de mogelijkheden voor vermaak en ontspanning vergroten (pleinen, parken en relatie met spoorzone). We dienen in te zetten op het halen van kwalitatieve en culturele evenementen naar Roosendaal. Voorbeelden hiervan zijn Roosendaal wielerstad met de Draai van de Kaai, Winter in Roosendaal, Kunstmaand met de kermis. Meer samenwerking tussen horeca en detailhandel is hierbij de aangewezen richting. Diverse “ommetjes” kunnen ontwikkeld worden: winkelroute, kunstommetje.

3.5 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. Om de aantrekkingskracht van Roosendaal te behouden, vragen positionering en marketing extra aandacht. Het marketingplan voor de binnenstad moet elk jaar dan ook een consistent en voortdurend vervolg krijgen.

3.6 Vernieuwende wijkaanpak

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 centrummanager, wijkmanager, kermismeester en coördinator binnenstad en vertegenwoordigers van andere relevante organisaties vestigen zich daarom op een centrale locatie in de binnenstad. Hierbij valt te denken aan de eerste etage van het Paviljoen op de Nieuwe Markt.

Bovendien wil de gemeente zich intern zo organiseren dat zij gemakkelijker en sneller maatwerk kan bieden, afgestemd op de behoeften van de binnenstad. Het hiervoor beschreven centrum-managementteam dient dwars door de schotten van de organisatie heen te kunnen opereren. Op

deze manier vinden innovatieve ideeën gemakkelijker hun weg en kunnen sneller gerealiseerd worden.

Onafhankelijk vastgoedmanagement

In overleg met ondernemers en vastgoedbezitters wordt onderzocht of vastgoedmanagement door een onafhankelijke derde zou kunnen worden uitgevoerd, die het belang van het gebied voor ogen heeft. Deze partij zou zich dan met name richten op gebieden waar de leegstand het hardst gevoeld wordt: kop van de Nieuwe Markt, Raadhuisstraat vanaf de Jan Snel straat tot aan de Prinsensingel en het oostelijk deel van de Molenstraat. Het zuidelijk deel van de Roselaar en het Mill-Hill plein is een aandachtgebied voor de nabije toekomst.