Strategisch plan
2024 - 2029

Stichting Centrummanagement Veghel

Veghel Centrum

Inhoudsopgave

01 Voorwoord

02 Samenvatting

03 Inleiding

04 Visie, Missie & Doelstellingen

05 Organisatiestructuur Stichting Centrummanagement Veghel

06 Plan van aanpak

- 6.1 Herstellen centrumstructuur
- 6.2 Juiste mix van voorzieningen
- 6.3 Imago & identiteit
- 6.4 Marketing & communicatie
- 6.5 Sfeer & beheer
- 6.6 Evenementen
- 6.7 Recreatie & toerisme
- 6.8 Duurzaamheid

07 Onze partners

08 Financiering

09 Tenslotte

Bijlage: Meerjarenbegroting 2024 - 2029

01 Voorwoord

Veghel, augustus 2024

We staan in Veghel de komende 5 jaar nog steeds voor een hele grote uitdaging. Het centrum van Veghel is, door het veranderende consumentengedrag, niet mee ontwikkeld met de behoeften van de consument. Gevolg is een veel te uitgebreid winkelcentrum dat nog steeds gebukt gaat onder veel leegstand en te weinig sfeer en beleving uitstraalt. Een winkelcentrum met een verouderde structuur en een voorzieningenniveau dat onder de maat is. Mede hierdoor is Veghel Centrum niet aantrekkelijk voor bezoekers en niet toekomstbestendig.

De afgelopen 5 jaar hebben we uitvoering gegeven aan de herstructureringsvisie Veghel Centrum. Door verschillende projecten vlot te trekken en tot herontwikkeling te brengen hebben we samen met de gemeente de eerste stappen in het transformatieproces gezet. Echter zien we dat dit nog niet het gewenste resultaat heeft opgeleverd. De stappen die zijn gezet zorgen onvoldoende voor nieuw ondernemerschap en beweegt ondernemers (nog) niet om vanuit transformatiegebieden te verhuizen naar het nieuwe kernwinkelgebied. We zullen daarom extra stappen moeten zetten en, willen we onze doelen behalen, de regie in de transformatie in handen nemen.

Gemeente Meierijstad speelt hierin een cruciale rol die zij de komende jaren moet waarmaken. Zonder regie vanuit de gemeente, het versnellen van het transformatieproces en forse investeringen in Veghel Centrum wordt het een lastige opgave.

Bestuur Stichting Centrummanagement Veghel

Johan Nagtzaam
Voorzitter

02 Samenvatting

De afgelopen 5 jaar is er hard gewerkt aan de transformatie van Veghel Centrum. Op verschillende plaatsen wordt de transformatie langzaam zichtbaar en worden de eerste overtollige detailhandel meters omgebouwd naar wonen en dienstverlening. De komende 5 jaar worden echter uitdagend. Hoe dichter we tot het kernwinkelgebied gaan komen hoe complexer de transformatieopgave wordt. We gaan van een organische transformatie in de eerste 5 jaar naar een meer gestuurde en gedirigeerde transformatie de komende 5 jaar. Hierbij wordt een duidelijke koers uitgezet met een duidelijke tijdsplanning om te zorgen dat er voldoende draagvlak en betrokkenheid blijft bij de verschillende stakeholders. Een proces dat vraagt om regie vanuit de gemeente Meierijstad met een bereidheid om keuzes te maken die ervoor zorgen dat Veghel centrum voor de komende 40 – 50 jaar weer toekomstbestendig is.

Een opgave die we samen moeten uitvoeren en waarvoor draagvlak, betrokkenheid en proactief handelen van alle stakeholders wordt gevraagd. Over je eigen grenzen heen durven stappen en breder kijken dan je eigen belang is hierin cruciaal. Alleen samen bouwen we aan een toekomstbestendig Veghel Centrum.

Belangrijk in het transformatieproces van Veghel Centrum is de volgordelijkheid waarin we plannen oppakken en uitvoeren. Dit dient volgens een stappenplan te gebeuren waarbij eerst de basis op orde wordt gebracht waarna, voor zover nodig, winkels kunnen worden verplaatst vanuit de te transformeren gebieden naar het kernwinkelgebied. Aansluitend kan dan worden gewerkt aan het toevoegen van meer beleving en moet worden gezorgd voor een gezonde mix van voorzieningen. Waar we zien dat het

winkelaanbod (met name in het niet-dagelijks segment) nog steeds verder afneemt liggen er kansen voor andere branches.

Het horeca-aanbod heeft een grote impact op de aantrekkelijkheid en levendigheid van een centrum. Voor Veghel is de uitdaging om te komen tot een juiste mix in diversiteit van het horeca-aanbod.

Daarnaast zijn er nog vele mogelijkheden op het gebied van evenementen en recreatie & toerisme om nog meer bezoekers fysiek naar het centrum te laten komen. Doelstelling hierbij is om de bezoeker zo lang mogelijk te laten verblijven en zoveel mogelijk te laten besteden. Zo ontstaat enerzijds een centrum waar bezoekers graag willen zijn, verblijven en elkaar willen ontmoeten en anderzijds een economisch gezond klimaat dat ondernemers in staat stelt om goed te kunnen ondernemen.

Er ligt ook een relatie met het bedrijfsleven immers een brede maatschappelijke welvaart zorgt voor betrokkenheid van inwoners in Meierijstad. Meedoen als vrijwilliger, bijdragen aan het verenigingsleven of jong in Meierijstad willen investeren. Dat kan alleen als er een gezond klimaat is van werken, wonen en verblijven. Het op orde brengen van je centrumvoorziening speelt hierin een cruciale rol in de keuze van (toekomstige) inwoners om in Meierijstad en specifiek in Veghel te willen blijven of gaan werken, wonen en verblijven.

Om de doelstellingen vanuit deze strategische visie uit te kunnen voeren heeft Stichting Centrummanagement Veghel voldoende financiële slagkracht nodig. Deze bestaat uit een structurele bijdrage vanuit gemeente Meierijstad, BIZ-ondernemers en BIZ-

vastgoed. Daarnaast is er voor de transformatie van Veghel Centrum aanvullend budget nodig om de transformatie te laten slagen.

Er ligt inmiddels een gezonde basis die het centrummanagement samen met haar partners Gemeente Meierijstad, Vereniging van Vastgoedeigenaren en ondernemersvereniging in staat moet stellen om de doelstellingen te realiseren. Wij zien de transformatieopgave dan ook met vertrouwen tegemoet.

03 Inleiding

Het winkellandschap is de laatste jaren snel en vooral structureel veranderd. Het aantal winkels neemt af, er is landelijk veel leegstand en gemeenten worstelen met de vraag hoe zij winkelcentra kunnen transformeren tot centra met veel sfeer en beleving:

Waar we 20 jaar geleden nog groei zagen in het winkelaanbod in de Nederlandse centra zien we het afgelopen decennium een sterke teruggang. Digitalisering, social media en de opkomst van online verkoop via webshops hebben gezorgd voor een verandering van consumentengedrag en besteding en een terugloop van winkelaanbod. Bijkomend effect door de huidige coronacrisis is dat consumenten nog bewuster zijn van online kopen en het gemak van thuisbezorgen wat een extra negatief effect kan hebben op de centra. Het motief van bezoekers van winkelcentra in steden en dorpen is hiermee compleet veranderd. Het doen van aankopen staat niet altijd meer centraal. Met de afnemende winkelfunctie verandert de positie van deze centra. Veel grote, voor het straatbeeld zo vertrouwde, retailketens zijn niet in staat gebleken om zich aan te passen aan het veranderende consumentengedrag en zijn ook deels uit het straatbeeld verdwenen. De afgelopen 5 jaar zijn alleen al 21 landelijke ketens failliet gegaan.

Een trend die de komende jaren zich hoogstwaarschijnlijk zal doorzetten. Met name middelgrote plaatsen hebben last van deze ontwikkeling. Zij zijn te groot voor een dorpsfunctie met een bakker en een slager en te klein voor een stadsfunctie waar de consument naar toe gaat voor “funshoppen”. Gevolg is veel leegstand, een minder aantrekkelijk winkelgebied, onvoldoende uitstraling van panden en geen prettige verblijfsplek voor consumenten.

”Het winkellandschap is de laatste jaren snel en vooral structureel veranderd.“

Ook in Veghel hadden we te maken met deze verandering. Veghel stond in de top 10 van middelgrote plaatsen met de meeste winkelleegstand (21% september 2018). Deze leegstand is de afgelopen jaren al fors teruggedrongen echter zien we dat andere gemeenten niet stil zitten en ook stappen hebben gezet om leegstand terug te dringen. Gevolg is dat we nog steeds achterlopen op andere soortgelijke gemeenten en dus een stap extra moeten zetten om het been bij te trekken.

In de Centrumvisie van Meierijstad, opgesteld door DTNP, en een zeer recent uitgebracht koopstromenonderzoek wordt duidelijk de conclusie getrokken dat Veghel de opdracht heeft om ruim 11.000 m2 winkelruimte (waarvan circa 6.700 m2 reeds bestaande leegstand) uit de markt te halen en het winkelaanbod in balans te brengen met een compact en onderscheidend aanbod. De uitdaging is om, met in achtneming van de aanwezige kernkwaliteiten, het centrum van Veghel weer aantrekkelijk te maken voor consumenten en bezoekers. Dit kan door de kansen van detailhandel, die er overigens nog volop zijn, optimaal te benutten en de focus te verbreden door het centrum van Veghel in de volle breedte van een maatschappelijke ontmoetingsfunctie te benaderen. Door een juiste mix van voorzieningen in het centrum van Veghel, ontstaat er een prettig verblijfsgebied en dynamiek in het centrum.

Voor Veghel betekent dit een opgave waar alle betrokken partijen samen in op moeten trekken. Waar je in veel steden en dorpen in Nederland al concrete veranderingen ziet

ontstaan en de winkelleegstand aan het teruglopen is, loopt dit proces in Veghel vrij stroef. We zien in de aanloopstraten mooie transformaties ontstaan, echter komen we steeds meer tot het kern winkelgebied dan blijken deze transformaties lastig en complex.

Daarom is het belangrijk om een duidelijk plan van aanpak te hebben en hier heel concreet sturing aan te geven.

Gemeente Meierijstad vervult hierin een cruciale rol. Het is aan de politiek om bestaande beleidskaders zo aan te passen dat we verder kunnen met de transformatieopgave. Uit meerdere onderzoeken en verschillende (deel)projecten is gebleken dat deze regierol en aanpassing van beleid noodzakelijk is. Denk aan het traject voor locatie A waarbij is onderzocht of het verplaatsen van een supermarkt naar deze locatie haalbaar werd geacht. Er is gebleken dat dit veel meer inspanning vraagt, geld kost en regie door het versnipperd eigendom. Op dit moment dreigt de transformatie van het oostelijk deel van Veghel centrum stil te vallen. Het besef is er nog onvoldoende dat bestaand beleid en randvoorwaarden niet aansluiten om een haalbare transformatie van dit gedeelte van het centrum mogelijk te maken. We blijven nu hangen in visievorming en onderzoeken terwijl de politiek een hele duidelijke keuze zal moeten maken. Wil men, conform de herstructureringsvisie Veghel Centrum, het centrum transformeren, dan zal bestaand beleid moeten worden aangepast. Te beginnen met het huidige masterplan 2030 dat onvoldoende handvatten geeft.

De komende 3 jaar wordt in het kernwinkelgebied fors getransformeerd. Met name in de Hoofdstraat zijn er diverse projecten waar panden op de verdiepingen worden getransformeerd naar woningen. De winkelplint kent echter een zorg aangezien in de

Hoofdstraat ruim 1500 m2 VVO aan winkelruimte leeg staat. Hier zit de grote opgave om deze te vullen met winkels. Dit moet hoofdzakelijk komen uit het verplaatsen van winkels uit Wiekslag en Meijerijgaarde naar de Hoofdstraat. Een opgave die op papier makkelijker lijkt dan de praktijk laat zien.

Ook deze opgave vraagt om een duidelijk plan van aanpak en regie vanuit de gemeente. Er zal sturing moeten worden gegeven aan dit proces en financiële middelen beschikbaar worden gesteld om de verplaatsingen haalbaar te maken. Hiervoor wordt in 2024 een procesplan met tijdsplanning uitgewerkt.

Afwachten is geen optie meer, de opgave is vooral versnellen om in te lopen. De eigenheid van Veghel Centrum, d.w.z. de focus op wat bij Veghel past, dient meer accent te krijgen. Dit vraagt lef, doorzettingsvermogen, creativiteit en innovatie, maar vooral ook het besef om samen te werken en in het belang van Veghel te denken. Iedere betrokkene heeft hierin een taak en verantwoordelijkheid.

Waar het centrummanagement de afgelopen jaren de regie heeft genomen in de transformatie van het centrum is het nu aan de gemeente om het stokje over te nemen. De vraagstukken die nu voorliggen betreffen enerzijds politieke keuzes en anderzijds (gedwongen) verplaatsing van winkels. Deze opgave ligt buiten de macht van het centrummanagement.

” Opgave voor Veghel Centrum: ruim 11.000 m² winkelruimte saneren. “

Gemeente Meierijstad heeft een cruciale rol in de transitie die we moeten doormaken. Zij zal de regie moeten nemen en duidelijke randvoorwaarden en kaders moeten scheppen. De opgave in Veghel Centrum is zo complex en groot dat alleen de markt dit probleem niet meer kan oplossen. Daar is het inmiddels te laat voor. Het creëren van goede randvoorwaarden, het bewaken van de voortgang van processen en projecten, het aanpassen van regelgeving en bestemmingsplannen, het opstellen van gebiedsvisies, zorgdragen voor een juiste samenhang in beeldkwaliteit en inrichting van openbare ruimte zijn enkele voorbeelden. Daarnaast is een transformatiefonds van noodzakelijk belang om de complexe projecten vlot te trekken en te fungeren als smeerolie voor deze projecten.

Stichting Centrummanagement Veghel wil samen met de gemeente hierin optrekken. Ze heeft de afgelopen jaren laten zien dat zij als volwaardig gesprekspartner en adviseur van de gemeente kan optreden. Daarnaast kan Stichting Centrummanagement Veghel diverse taken van de gemeente overnemen. Denk bijvoorbeeld aan het project Volop wat succesvol door het centrummanagement is uitgevoerd. Gelet op de krapte binnen het ambtelijk apparaat zou de gemeente nog meer gebruik kunnen en mogen maken van de kennis en expertise van Stichting Centrummanagement Veghel.

Projecten op het gebied van duurzaamheid, aanpak van hittestress, vergroenen van het centrum, parkeer- en verkeersvraagstukken zouden prima voorbereid kunnen worden vanuit het centrummanagement.

04 Visie, Missie en Doelstellingen

Stichting Centrummanagement Veghel heeft een duidelijke visie om het centrum van Veghel weer aantrekkelijk en toekomstbestendig te maken.

Het centrum moet aantrekkelijk zijn voor bezoekers om graag naartoe te komen en te verblijven. Daar waar de “winkelfunctie” een andere rol gaat krijgen wordt het belang van sociale meerwaarde en het toevoegen van andere functies steeds belangrijker. Veghel centrum is een “koopcentrum” waar mensen doelgericht naartoe komen voor hun dagelijkse en niet-dagelijkse aankopen. Een aantrekkelijk centrum zorgt ervoor dat bezoekers hier graag willen zijn en willen verblijven. Om dit doel te bereiken moet het centrum van Veghel de komende jaren sterk transformeren naar een compact, overzichtelijk centrum. Voor een uitwerking van onze visie hebben wij een aantal belangrijke doelstellingen voor de komende 5 jaar geformuleerd. De te behalen doelstellingen dienen, o.a. onder regie van de gemeente, samen met onze partners, vastgoedeigenaren en OVVC, verder vertaald te worden in:

- Schuifplan verplaatsen winkels
- Stedenbouwkundige visie Oostzijde Veghel Centrum
- Ruimtelijke visie Veghel Centrum
- Activiteitenprogramma op hoofdlijnen Centrummanager (uitvoeringsprogramma met tijdsplanning)
- Activiteitenprogramma op hoofdlijnen Marketing & Communicatie (beleid en uitvoering)
- Financieringsmodel en begroting.

Missie

Gericht samenwerken aan een sterker Veghel centrum is de opdracht. Onze missie is: “het versterken van het economisch functioneren van het kernwinkelcentrum van Veghel en het verbeteren van het vestigings- en verblijfsklimaat”. Een belangrijk onderdeel binnen de mix van instrumenten om de missie te realiseren, vormt het verbeteren van de winkel- en vrije tijdsbeleving van het centrum voor de bezoekers. Alle inspanningen moeten gericht zijn op het verbeteren van de lokale koopkrachtbinding, de toename van het aantal bezoekers, het verlengen van de verblijfsduur en hogere bestedingen van consumenten bij de centrumondernemers.

Doelstellingen

Als Centrummanagement hebben wij een aantal hoofddoelstellingen geformuleerd om onze visie te kunnen realiseren. Om de economische functie van Veghel Centrum de komende jaren te versterken hanteren we een duidelijk stappenplan. De volgende stappen komen aanbod:

- Herstel van de centrumstructuur met passende verkeer- en parkeeroplossingen
- ·Juiste mix van voorzieningen
- Meer beleving/sfeer
- Imago & identiteit
- Marketing & communicatie
- Kwalitatief hoogwaardige evenementen
- Recreatie & toerisme
- Kunst & cultuur
- Duurzaamheid

Deze stappen worden in hoofdstuk 6 van dit strategisch plan verder uitgewerkt en toegelicht.

05 Organisatiestructuur Stichting Centrummanagement Veghel

Stichting Centrummanagement Veghel (CMV) werkt met verschillende partners samen om de in hoofdstuk 3 benoemde doelstellingen te realiseren. De 3 belangrijkste samenwerkingspartners zijn:

- OVVC (Ondernemersvereniging Veghel Centrum)
- Vastgoedeigenaren Veghel Centrum
- Gemeente Meierijstad

Per 1 januari 2021 is de BIZ-ondernemers en de BIZ-vastgoed in werking getreden. In het “plan van aanpak” dat door beide BIZ-stichtingen is opgesteld zijn duidelijke afspraken gemaakt over het uitvoeringsprogramma, de financiering en de uitvoering voor beide BIZ’en. Gelet op de opgave die nog voor ons ligt, acht Stichting Centrummanagement Veghel het wenselijk om deze vorm van financiering en uitvoering te continueren. De wens is dan ook om in 2025 wederom te stemmen voor een BIZ-ondernemers en BIZ-vastgoed voor een periode van 5 jaar te weten 2026 t/m 2030.

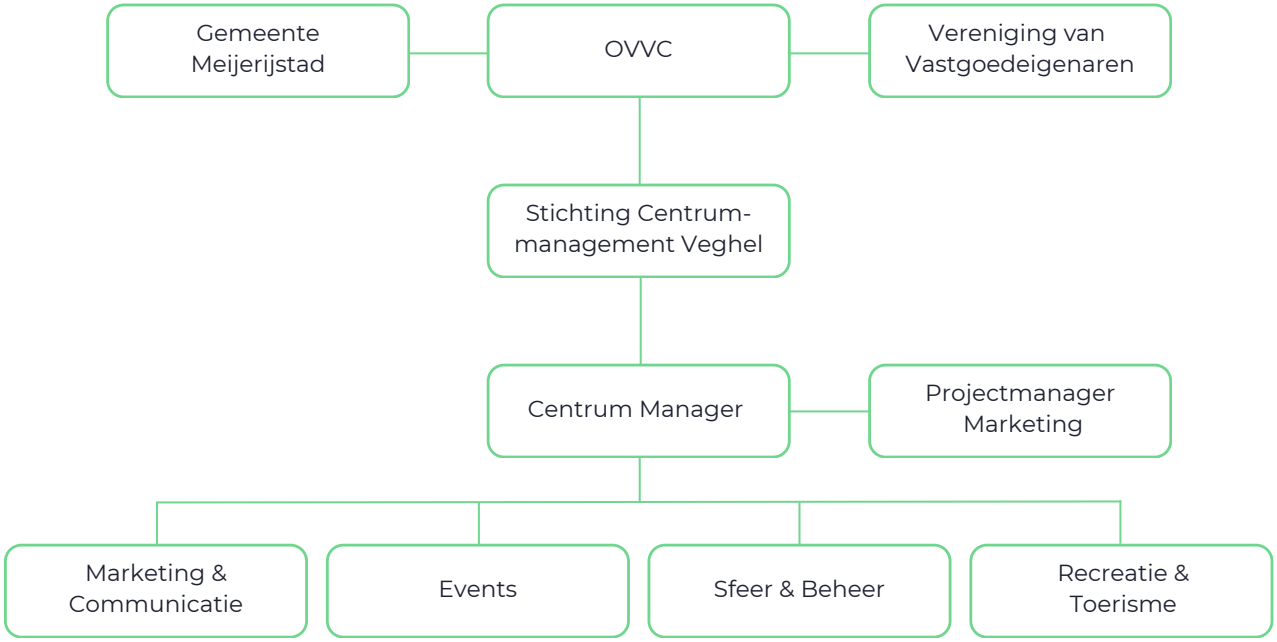
Gemeente Meierijstad is behalve convenantpartner vooral ook een belangrijke samenwerkingspartner. Als convenantpartner ontvangt CMV jaarlijks een subsidiebijdrage van de gemeente. CMV is verantwoordelijk voor de uitvoering van de taken die zijn voortgekomen uit de doelstellingen die zijn gedefinieerd. CMV werkt op

basis van een jaarplan en legt verantwoording af aan de BIZ-ondernemers, BIZ-vastgoed en gemeente Meierijstad via een jaarverslag en jaarrekening.

De grondslag waarop de subsidiebijdrage wordt bepaald zou beter kunnen worden vastgesteld op basis van het aantal inwoners dat gebruik maakt van het centrum. Zo voorkomen we discussie tussen de 3 hoofdkernen over de hoogte van de subsidiebijdrage en is het voor de gemeente inzichtelijk wat de kosten per inwoner zijn om het centrum op niveau te krijgen en te houden.

Het bestuur van het CMV komt periodiek bij elkaar. Voor een goed functionerend Centrummanagement is het van belang dat de verschillende partners nauw contact onderhouden met het Centrummanagement. Korte lijnen en een duidelijke communicatie zijn essentieel om de organisatie en samenwerking met partners werkbaar te houden. De opgave waar Veghel Centrum voor staat is bovengemiddeld. Een complex vraagstuk waar veel verschillende partijen bij betrokken zijn. Voor deze opgave is een professionele centrummanagement-organisatie vereist.

De organisatiestructuur van Stichting Centrummanagement Veghel ziet er als volgt uit:



Het Algemeen bestuur van Stichting Centrummanagement Veghel Wordt vertegenwoordigd door een Voorzitter, secretaris en penningmeester aangevuld met een bestuurslid namens OVVC en vereniging van vastgoedeigenaren. De voorzitter, secretaris en penningmeester zijn onafhankelijk en vertegenwoordigen geen van de stakeholders waar CMV mee samenwerkt. Voor een goed functionerend Centrummanagement is het van belang dat de verschillende partners nauw contact onderhouden met het Centrummanagement. Korte lijnen en een duidelijke communicatie zijn essentieel om de organisatie en samenwerking met partners werkbaar te houden. Hiervoor kennen we de volgende overlegstructuur:

- 2x per jaar overleg op strategisch niveau met de verantwoordelijk wethouder(s)
- 6x per jaar overleg op strategisch niveau met de verantwoordelijk ambtenaren middels de werkgroep
- 4-wekelijks overleg tussen de centrummanager en gebiedsregiseur en projectleider centrum
- 7x per jaar bestuur overleg CMV
- 1x per jaar ALV OVVC en vereniging van vastgoedeigenaren

De dagelijkse uitvoering van de werkzaamheden, het bewaken van de tijdsplanning en de budgetten voortkomend uit de convenantafspraken en plan van aanpak BIZ-ondernemers en BIZ-vastgoed liggen bij de centrummanager. Het bestuur heeft periodiek overleg met de centrummanager om de dagelijkse werkzaamheden af te stemmen en de realisatie van de geformuleerde doelstellingen te bewaken.

Het bestuur hecht veel waarde aan periodiek en constructief overleg met de gemeente Meierijstad, zowel op bestuurlijk niveau als door de centrummanager ten behoeve van beleidsvoorbereiding en de uitvoering van projecten met diverse (beleids)ambtenaren.

Daarnaast hecht CMV veel waarde aan samenwerking met andere stakeholders en samenwerkingspartners. Te denken valt aan:

- Platform recreatie & toerisme
- Noordkade
- Kunststichting Meierijstad, compagnie, fabriek Magnifique
- Uitbater van de jachthaven en fluisterboot
- Organisatie van Veghel on Ice
- Diverse clubs en verenigingen
- Inwoners van het centrum, bij voorkeur vertegenwoordigd in een wijkraad

In welke mate deze samenwerking dient te worden geïntensiveerd is ter beoordeling aan het bestuur en de marktbeweging die hierom vraagt.

Door het significant toevoegen van steeds meer woningen aan het centrum van Veghel worden de bewoners in het centrum een steeds belangrijkere gesprekspartner voor CMV. Enerzijds om wensen en behoeften van deze bewonersgroep af te stemmen en anderzijds omdat zijn een rol spelen in het schoon, heel en veilig houden van het centrum. Ook rondom thema's als parkeren, verkeer, vergroenen, afvalinzameling en niet te vergeten de transformatieopgave van het centrum wordt de stem van deze stakeholder steeds belangrijker.

Om draagvlak te creëren voor de plannen die we vanuit CMV hebben is het wenselijk om periodiek in contact te komen met het bestuur van de wijkraad. Doelstelling moet dan ook zijn om op korte termijn deze wijkraad op te tuigen.

Bavaria

06 Plan van aanpak

Stichting Centrummanagement Veghel (CMV) werkt met verschillende partners samen om de in hoofdstuk 3 benoemde doelstellingen te realiseren. De 3 belangrijkste samenwerkingspartners zijn:Eind 2019 hebben het college en de gemeenteraad de Visie Herstructurering Veghel Centrum aangenomen. In deze visie wordt aangegeven dat Veghel Centrum dient te krimpen (11.000 m2), een andere winkelstructuur nodig heeft (loslaten van het zogenaamde “winkel achtje”) en we af moeten stappen van de vele pleintjes en “kruipdoor sluipdoor” gangetjes en paden. Een compact en overzichtelijk winkelcentrum dat voor consumenten logisch is opgebouwd en prettig winkelt is het uitgangspunt.

Nu 4 jaar verder constateren we dat deze visie nog steeds goed aansluit bij het wensbeeld en dat het meer dan ooit hard nodig is om deze transformatie te realiseren. We merken dat dit meer vraagt dan alleen maar ombouwen van leegstaande panden naar wonen. Het vraagt structurele beleidsaanpassingen. Een van de belangrijkste punten voor de komende jaren is dan ook om te komen tot een nieuwe stedenbouwkundige visie met juiste kaders en randvoorwaarden voor de oostzijde van Veghel Centrum. Het betreft hier het gebied tussen Bolkenplein, Wiekslag, Meijerijgaarde, Meijerijplein, Stadhuis en Rembrandtlaan. Een immens gebied waar de komende jaren zichtbaar resultaat moet worden geboekt. Dit betekent tevens dat de politiek moet afstappen van het bestaande masterplan 2030 en met een nieuwe visie kaders moet vaststellen als het gaat om toestaan van hoogbouw, woningbouwmix, inrichting van de openbare ruimte en parkeerbeleid.

Zoals DTNP reeds constateerde tijdens het opstellen van de herstructureringsvisie Veghel Centrum is de conclusie nog steeds dat bij ondernemers en vastgoedeigenaren het water aan de lippen staat. Zij kunnen deze klus niet alleen klaren. Een financiële impuls vanuit de gemeente is hierbij hard nodig. Het bestuur van Stichting Centrummanagement Veghel vraagt al een aantal jaren om een transformatiefonds Veghel Centrum waarin de komende jaren structureel geld wordt gereserveerd om de transformatie vlot te kunnen trekken. Daarnaast hebben we meerdere malen aangegeven wat het belang is van de subsidieregeling “impulsaanpak winkelgebieden” een subsidie die zich perfect leent voor de transformatieopgave die Veghel Centrum kent. De aanvraag voor de laatste tranche van deze regeling zal voor 1 juli worden ingediend door de gemeente.

Nu in de Hoofdstraat de eerste panden worden getransformeerd komen we in een nieuwe fase. Om te voorkomen dat de Hoofdstraat (aangeduid als hoofdwinkelstraat in de centrumvisie) na transformatie een straat blijft met leegstaande panden moeten we proactief winkels gaan verplaatsen vanuit de Wiekslag en Meijerijgaarde naar de Hoofdstraat en aanvullend Kalverstraat en Molenwieken. Hiervoor dient een inventarisatie te worden gemaakt van de kansen en bedreigingen en wensen en behoeften van deze ondernemers die verplaatst moeten worden. Er moet in dit gebied een “uitsterfbeleid” worden gevoerd en niet meer in worden geïnvesteerd. Het signaal voor de ondernemers en vastgoedeigenaren moet duidelijk zijn dat hier moet worden getransformeerd. Voor de ondernemers moeten we komen met passende oplossingen en ze helpen bij deze lastige verplaatsingsopgave. Hen laten inzien wat het belang is van verplaatsen en hen hierbij financieel ondersteunen is cruciaal.

Om te voorkomen dat de visie een wensbeeld blijft en lastige complexe gebieden in het centrum niet getransformeerd worden is er wat ons betreft behoefte aan een duidelijk plan van aanpak en bijbehorende tijdsplanning. Wij realiseren ons dat het transformeren van Veghel Centrum een zeer lastige opgave is. Dit vraagt creativiteit, doorzettingsvermogen, het zien van samenhang en verbanden en het pakken van de regie en het durven maken van keuzes.

Stichting Centrummanagement Veghel draagt hier graag aan bij om samen de visie tot uitvoer te brengen en Veghel Centrum weer toekomstbestendig te maken. In dit hoofdstuk leest u hoe we dit volgens een stappenplan vorm willen geven.

6.1 Herstellen Centrumstructuur

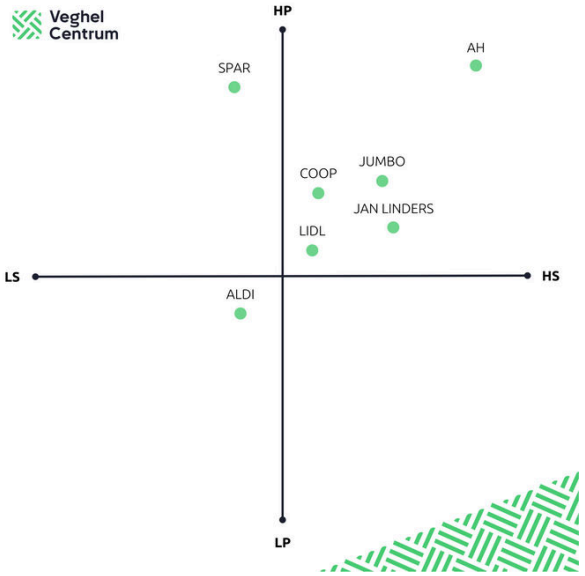
De focus moet de komende jaren komen te liggen op het herstellen van de centrumstructuur in de Hoofdstraat. De Hoofdstraat moet weer de hoofdwinkelstraat worden en gelet op de meeste leegstand in de Hoofdstraat is dit een moeilijke opgave. We hebben ook geconstateerd dat het aantrekken van twee publiekstrekkers naar de Hoofdstraat op locatie A en B erg lastig blijkt te zijn. Conclusie hierin is dat waarschijnlijk de huidige Hema de publiekstrekker voor Veghel zal zijn en dat het verplaatsen van een supermarkt naar de Hoofdstraat niet realistisch haalbaar blijkt te zijn. Daarom is er tijdens de evaluatie van de centrumvisie medio april 2023 een aanpassing gedaan in de structuur van de Hoofdstraat. Het is voorstelbaar dat een deel van het Meijerijplein wordt bebouwd om hierdoor een duidelijke nieuwe entree naar het centrum te creëren en het nu verloren plein intiemer te maken, te vergroenen en beter aan te laten sluiten bij de Hoofdstraat.

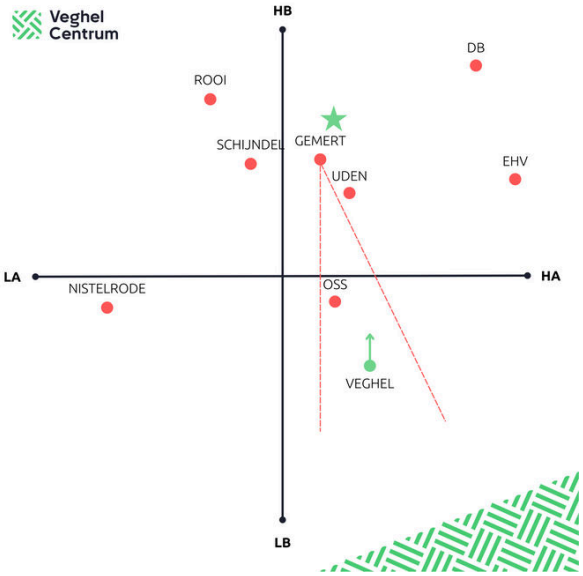
Willen we de Hoofdstraat aantrekkelijk maken voor winkels om zich hier te vestigen dan is de conclusie dat de beleving in deze straat aanzienlijk zal moeten worden opgewaardeerd. Denk hierbij aan:

- Verbeteren van de gevels van bestaande winkelpanden en het weghalen van de verschillende luifeltjes boven de winkels
- Het significant vergroenen van de Hoofdstraat en het toevoegen van bomen
- Het wegnemen van de “pagode” voor de Hema en het vrijgekomen gebied terug te geven aan de openbare ruimte
- Het aanbrengen van sfeer in de Hoofdstraat d.m.v. sfeerlampen, hangingbaskets en sfeerverlichting

Als deze basisbehoeften niet op orde zijn zal het zeer lastig zijn om winkels te verleiden om zich hier te gaan vestigen en zich te verplaatsen vanuit de Wiekslag/Meijerijgaarde naar de Hoofdstraat.

Daarnaast zijn er ook zorgen over het overige kernwinkelgebied (Kalverstraat/Molenwieken). Ook hier is de leegstand nog steeds aanzienlijk. Wellicht dat op termijn (10 jaar) het Meijerijplein zo aantrekkelijk is dat dit kansen biedt voor het vestigen van Vers winkels danwel horeca.





Illustratie: Toekomstige positionering Veghel Centrum

Beeldkwaliteit

Daar waar de historische kern van Veghel Centrum gekenmerkt wordt door een pandjesstructuur en 3 lagen met kap stijl, biedt de oostzijde van Veghel Centrum kansen voor een totaal andere stijl. Hier ligt ruimte om een meer stoere, stadse stijl te creëren. Een dynamisch gebied waar mensen wonen, werken en verblijven. Dicht bij het openbaar vervoer en de supermarkten wonen en dus in mindere maten aangewezen zijn op de auto. Een gebied waar 24 uur leven en reuring ontstaat. Door het toevoegen van vrij toegankelijke werkplekken, service-elementen zoals een fitnessschool, horeca, fietsenmaker, wasserette, pakketservice en gezondheidsservice ontstaat een woonmilieu

voor jong en oud. Door het openbaargebied te vergroenen en aantrekkelijk te maken om te verblijven gaat dit gebied als magneet fungeren voor andere ondernemers. Hier wil je graag zitten. Dit wordt de “place to be”.

Gemeente Meierijstad zal samen met de 2 beoogde ontwikkelaars (Vudel invest en Curia) en de woningcorporatie Area een stedenbouwkundige visie moeten opstellen voor dit gebied waarin alles samen komt.

Parkeren & Verkeer

Door de transformatie van Veghel Centrum ontstaat er een andere behoefte op het gebied van parkeren en verkeer. Gemeente Meierijstad heeft in 2022 een mobiliteitsvisie opgesteld. In 2024 is het tijd om deze te vertalen naar een parkeervisie voor Veghel Centrum. Namens Stichting Centrummanagement Veghel is er eind 2023 een 10-actiepuntenplan opgesteld. 10 concrete acties die bijdrage aan het op korte termijn verbeteren van de parkeervoorzieningen en de parkeerdruk. Voor de lange termijn is er een visie nodig die rekening houdt met de toekomstige ontwikkelingen in Veghel Centrum. Er moet een gezonde balans ontstaat tussen parkeren voor bezoekers aan het centrum, bewoners in het centrum en ondernemers in het centrum.

Bij een transformatieopgave waarbij we van 37.000 m2 VVO terug gaan naar 25.000 m2 VVO is er nog steeds een behoefte van 850 p.p. voor bezoekers. Daarnaast hebben bewoners ook behoefte aan een parkeerplek. Vraag is of dit altijd op eigen terrein moet zijn en of er andere, vernieuwende vormen te bedenken zijn op parkeergebied. Op dit moment worden er verschillende zoeklocaties bekeken waar parkeren kan worden toegepast voor toekomstige bewoners.

Ook de politiek zal keuzes moeten maken. Willen we een centrum waar we insteken op een hoog autobezit en gebruik of een toekomst waarin we de verschillende doelgroepen die veelvuldig gebruik maken van een auto, sturen om dit minder te gaan doen. Vaker de fiets of openbaarvervoer. Dan moeten die voorzieningen wel goed op orde zijn. Een goed en snel openbaarvervoer netwerk en een goed snelfietsroute netwerk van en naar het centrum vanuit de verschillende wijken en kerkdorpen is hierin cruciaal.

Vergroening van het centrum

De roep om vergroening van centra in het kader van de klimaatopgave en hittestress zijn steeds vaker onderwerpen op de agenda van gemeenten in Nederland. Ook Veghel Centrum kent gebieden met weinig groen. Hier liggen op verschillende plekken in en rondom het centrum kansen om verder te vergroenen. Tegelijkertijd zien we dat bomen in stadskernen moeite hebben om goed te groeien en zich te ontwikkelen tot volwassen bomen. Waar liggen kansen in Veghel Centrum om bomen toe te voegen? Hoe staat dit in relatie tot de ondergrond en de haalbaarheid om bomen goed te laten groeien? Het bestuur van Stichting Centrummanagement Veghel heeft opdracht gegeven om te komen tot een vergroeningsplan Veghel Centrum. Samen met gemeente moet worden gekeken waar het toevoegen van bomen wenselijk is. Belangrijk hierin is het “out of the box” kunnen en willen denken om kansen te zien in plaats van problemen. Als we het centrum willen transformeren van een stenige omgeving naar een groene omgeving zullen we alles op alles moeten zetten om bomen toe te voegen ook als dit betekent dat we hiervoor kabels en leidingen moeten verleggen of groeiruimte moeten creëren voor

bomen. Uit verschillende onderzoeken is gebleken dat mensen gelukkiger worden in een groene omgeving en hier graag willen zijn. Tegelijkertijd is aangetoond dat vastgoed 10 – 15% in waarde stijgt als zij in een omgeving staan waar veel bomen staan.

Het aanplanten van bomen heeft veel voordelen. Het planten van bomen legt CO2 vast en is een maatregel om klimaatverandering tegen te gaan. Maar ook in een veranderd klimaat kunnen bomen helpen om de omgeving te verkoelen. Tijdens hitte helpt het om water vast te houden in de bodem. Ten slotte is er veel behoeften aan bomen in stedelijke omgeving, voor natuur en recreatie. Het verhoogd de waarde van stad en dorp.

6.2 Juiste mix van voorzieningen

Door het veranderende consumentengedrag gaan consumenten op een andere manier gebruik maken van centra. Deze trend heeft zich de afgelopen 10 jaar heel snel ontwikkeld. Decoronapandemie heeft gezorgd voor een extra versnelling van dit proces immers steeds meer mensen wennen aan het gemak van online bestellen en thuisbezorgen. Bezoekers aan het centrum hebben steeds meer een ander doel om naar het centrum te komen. Je ziet dit aan de koopavonden en koopzondagen die in middelgrote steden steeds meer onder druk komen te staan. Ook de verschuiving van winkelopeningstijden laat hierin een duidelijk trend zien. Steeds meer winkels gaan op maandag, dinsdag en sommigen zelfs op woensdag dicht. Een ontwikkeling die niet wenselijk is voor een bruisend centrum.

Van oudsher is de functie van een centrum een plek waar mensen elkaar ontmoeten en handel met elkaar drijven. Door de terugloop van winkelaanbod komt hierdoor ook de

functie van ontmoeten steeds meer onder druk te staan. Immers er is steeds minder behoefte om naar een centrum te (moeten) komen. Hoe zorgen we ervoor dat die behoefte er wel weer komt? Welke voorzieningen hebben we hiervoor nodig?

Veghel Centrum is een “koopcentrum” waar consumenten heel gericht hun aankopen doen, met name voor de dagelijkse behoeften. Het is dus van belang dat er een goede basis is van supermarkten, verswinkels en drogisterijen in Veghel Centrum.

Als het gaat om “ontmoeten” is een juiste mix van horeca aanbod belangrijk voor een goed functionerend centrum. Een combinatie tussen dagzaken, natte horeca en restaurants zorgt voor beleving in een centrum. De vraag is of deze mix van horeca aanbod voor Veghel Centrum nu al optimaal is of dat hier nog kansen liggen.

Dienstverlening kan een belangrijke aanvulling worden voor het centrum van Veghel. Het moet dan wel om dienstverlening gaan die zorgt voor fysieke bezoekersstromen naar het centrum. Denk dan bijvoorbeeld aan gezondheidszorg, kinderdagverblijven, sportscholen etc. Er zijn ook vormen van dienstverlening die weinig meerwaarde geven aan een centrum. Denk aan uitzendbureaus, makelaarskantoren en de vele kapperszaken die reeds in Veghel Centrum aanwezig zijn. Hier moeten we kritisch naar kijken en daar waar mogelijk op sturen om te voorkomen dat we een verkeerde mix van voorzieningen krijgen in Veghel Centrum die onvoldoende bijdraagt aan de doelstellingen.

Door hier de juiste sturing aan te geven zijn we in staat om een centrum te bouwen dat volop bruist en een grote aantrekkingskracht kent. Een plek waar het prettig verblijven is. Het centrum verandert hierdoor van “place to buy” naar “Place to Be”

6.3 Imago + Identiteit

Veghel Centrum Moet het voornamelijk hebben van de eigen inwoners en die van haar kerkdorpen. Met name voor de dagelijkse boodschappen zijn zij gericht op Veghel Centrum. Voor de niet-dagelijkse boodschappen is het aanbod in de regio groot (Uden, Den Bosch, Eindhoven) waardoor de verwachting is dat hier voor Veghel Centrum minder kansen liggen. We moeten het dan hebben van de gunfactor om lokale klanten aan ons te binden. De lokale ondernemer die het gezicht is van zijn eigen zaken, goede service en advies verleent en klantvriendelijk is kan zorgen voor een hoge gunfactor.

Met een koopkrachtbinding van 55% en een koopkrachttoevloeiing van 31% voor niet dagelijkse boodschappen zijn er voor Veghel Centrum voldoende kansen om hierin te groeien. Het doel moet zijn om in eerste instantie de inwoners van Veghel te verleiden om zoveel mogelijk boodschappen in Veghel Centrum te doen. Daarnaast wordt ingestoken om in een straal van 15 km rondom Veghel consumenten te verleiden om naar Veghel te komen. Er liggen nog voldoende plaatsen rondom Veghel (Vorstenbosch, Nistelrode, Heeswijk-Dinther, Boekel) waar marktpotentieel zit.

Hoe zorgen we ervoor dat we bovenstaande doelstellingen weten te realiseren. Belangrijk antwoord op deze vraag is hoe we onszelf profileren als centrum. Wat is ons imago? Wie willen we zijn? Hoe zorgen we ervoor dat de inwoner van Veghel weer trots wordt op haar eigen centrum en hier graag naartoe wil komen? Belangrijke vragen waar een antwoord op moet worden gegeven om zo de koopkrachtbinding verder te versterken.

Identiteit

Veghel kent een rijke historie. Groot geworden door hard te werken, kansen te zien en te benutten en steeds te streven naar groei zijn hiervan voorbeelden. In de loop der jaren zijn deze elementen in het centrum van Veghel steeds minder zichtbaar geworden. Historische panden zijn gesloopt, verhalen van vroeger niet meer zichtbaar en verloren gegaan en er wordt onzorgvuldig omgegaan met cultureel erfgoed. Gevolg is dat de inwoner van Veghel zich niet meer kan identificeren met waar hij vandaan komt. De identiteit van Veghel Centrum dient te worden hersteld zodat inwoners zich hierin weer gaan herkennen en trots worden op Veghel en haar Centrum. We gaan verschillende elementen samen met onze partners, heemkundekring en monumentencommissie terugbrengen in het straatbeeld. Daarnaast wordt de samenwerking met de Noordkade ook steeds belangrijker. De afgelopen jaren hebben we gezien dat hier een omgeving is ontstaan waar mensen graag willen zijn en graag willen verblijven. Wat maakt het dat mensen hier graag willen komen? Wat kunnen we hiervan leren voor Veghel Centrum? En hoe zorgen we ervoor dat we voor Veghel Centrum een omgeving bedenken die uniek is en juist de Noordkade kan versterken? Door samen hierin op te trekken met de Noordkade moeten we in staat zijn om nieuwe kansen te benutten. Daar is Veghel Immers groot door geworden.

6.4 Marketing & Communicatie

Tijdens het opstellen van de centrumvisie in 2018/2019 is gevraagd aan de bezoekers aan Veghel Centrum hoe zij het centrum beoordeelden. Veghel scoorde toen een onvoldoende. Niet aantrekkelijk, te veel leegstand, te weinig aanbod van winkels waren veel gehoorde klachten. Hoewel het de afgelopen jaren iets beter gaat, horen we nog steeds signalen van bezoekers die het centrum als niet prettig ervaren en zelfs onveilig. Als we dezelfde vragen stellen aan mensen die van buiten Veghel komen wordt het centrum heel anders ervaren. Signalen als gezellig en veel unieke winkels horen we vaak terug. Bijzonder om te constateren hoe hierin zo verschillend naar het centrum van Veghel wordt gekeken.

Hoe nemen we de inwoners van Veghel mee in wat we doen, waar we voor staan en waar we mee bezig zijn. Het betrekken van de inwoners van Veghel bij het centrum is van groot belang om te zorgen dat we weer trots worden op ons centrum. De juiste marketingstrategie speelt hierbij een belangrijk rol. Het marketingteam zal hier voor de komende 5 jaar een strategisch plan moeten opstellen. Door duidelijke doelstellingen te formuleren geeft dit ons koers en richting om te zorgen dat we meer (koopkracht)binding gaan krijgen.

Daarnaast is het van belang dat we de inwoners van Veghel en op de eerste plaats de bewoners in het centrum blijven meenemen in de transformatieopgave die er ligt. Vertellen waarom we dingen doen en wat het ons gaat opleveren moet zorgen voor meer draagvlak in het transformatieproces. Hiervan hebben we straks ook profijt als we in burgerparticipatietrajecten bewoners gaan bevragen om mee te denken.

Stichting Centrummanagement Veghel zet de komende jaren in om de lokale koopkracht (koopkrachtbinding) voor dagelijkse en niet-dagelijkse boodschappen te versterken. Dit betekent dat we de inwoners van Veghel en haar kerkdorpen moeten overtuigen van het nut om lokaal te kopen en ze te laten zien wat Veghel Centrum te bieden heeft. Daarnaast focussen we op de direct omliggende dorpen in een straal van 15 km rondom Veghel gelegen tussen Eindhoven, 's-Hertogenbosch, Oss en Helmond. Deze dorpen hebben zelf een gering aanbod aan dagelijkse en niet-dagelijkse voorzieningen en kunnen profiteren van de kracht van Veghel centrum t.o.v. de 4 grote steden in de directe nabijheid. Dit biedt een potentieel van ongeveer 120.000 consumenten in de directe omgeving.

De rol van Stichting centrummanagement is om te zorgen dat zoveel mogelijk inwoners en consumenten dit verhaal horen, gaan omarmen en het gaat werken als een olievlek. Dit zorgt op de korte termijn voor een stijging van je koopkrachtbinding en op de middellange termijn voor een stijging van je koopkrachttoevloeiing. Bijkomend effect is dat hierdoor het ondernemersklimaat wordt versterkt enerzijds voor de bestaande ondernemers in Veghel Centrum maar anderzijds ook voor nieuwe ondernemers die zich in Veghel Centrum willen vestigen.

De Marketingopgave is echter zo omvangrijk en complex dat Stichting Centrummanagement dit niet alleen kan. Een belangrijke taak is hierin ook weggelegd voor gemeente Meierijstad (Citymarketing). Een eerste stap die we gaan zetten samen met de gemeente is het openen van een stadswinkel. Middels deze stadswinkel zijn we zichtbaar in het centrum en bieden we laagdrempelig de mogelijkheid aan bezoekers, ondernemers en vastgoedeigenaren om binnen te lopen. We laten zien waar we mee

bezig zijn, welke tijdsplanning we hanteren en welke projecten er nog op de rol staan. Op deze manier ontstaat er steeds meer draagvlak bij betrokken partijen.

Er zijn verschillende communicatiekanalen en niveaus van informatievoorziening. Deze dienen te worden uitgewerkt in een communicatieplan. Om de betrokkenheid van onze partners en belangenorganisaties zo optimaal mogelijk te krijgen is het van belang om met regelmaat goed te informeren. Denk aan een consumentennieuwsbrief, Veghel Centrum app, podcast etc.

6.5 Sfeer + Beheer

Hoe maken we het centrum de komende jaren aantrekkelijk zodat bezoekers graag naar het centrum willen komen en hier graag willen verblijven en ondernemers zich graag willen vestigen danwel willen verplaatsen naar het kernwinkelgebied. Dit doen we door het centrum compacter te maken en te sturen op een overzichtelijke centrumstructuur. Daarnaast hebben we geconstateerd dat “beleving” en “sfeer” in het centrum van grote waarde zijn om het centrum aantrekkelijk te maken. Het begint bij een goede basis waarbij het centrum schoon, heel en veilig is.Toevoegen van bijvoorbeeld meer groen en bomen en sfeerelementen in het centrum dragen bij aan een totaalbeleving.

We hebben afgesproken dat het toevoegen van sfeerelementen in het centrum moet aansluiten bij de identiteit en imago wat Veghel Centrum wil uitstralen. Daarnaast wordt er nog alleen geïnvesteerd in het nieuwe kernwinkelgebied (Markt, Kalverstraat, Molenwieken, Wiekslag). Dit doen we omdat het niet wenselijk is om veel tijd, geld en energie te stoppen in transformatiegebieden die binnen afzienbare tijd her ontwikkeld

worden. De focus moet komen te liggen op het kernwinkelgebied. Hier willen we immers dat zich bestaande danwel nieuwe winkels gaan vestigen.

We werken samen met het bestuur van OVVC met een jaarplanner waarin we de werkzaamheden die moeten worden uitgevoerd, vastleggen en budgetteren. Een aantal zaken voeren we samen met ondernemers uit. Denk aan het ophangen van de feestverlichting, vlaggen etc. Een aantal zaken die we niet zelf kunnen uitvoeren worden door professionals uitgevoerd tegen een vergoeding. Denk aan het ophangen van hangingbaskets, Staalkabels, Vaste sfeerelementen etc.

Daarnaast hebben we jaarlijks terugkerende kosten voor onderhoud zoals het watergeven van de hangingbaskets, muziekkosten en strooien en schuiven bij sneeuwval en gladheid.

De komende jaren wordt er flink geïnvesteerd om het centrum nog aantrekkelijker te maken en voeren we gesprekken met de gemeente over het schoonhouden van het centrum. Hier constateren we dat de kwaliteit omhoog moet.

6.6 Evenementen + Koopzondagen

Een van de middelen om Veghel Centrum aantrekkelijk te houden voor haar bezoekers is het organiseren van evenementen. De afgelopen jaren hebben we gemerkt dat het organiseren van evenementen en koopzondagen veel tijd en geld vraagt van de OVVC en Centrummanagement. Daarnaast merken we dat er verdeeldheid is tussen ondernemers om wel of niet open te gaan tijdens een koopzondag. Gelet op de functie die Veghel Centrum heeft (koopcentrum) is het niet wenselijk om zwaar in te zetten op het organiseren van koopzondagen. Daarom is besloten dat de focus komt te liggen op de zaterdagen.

Het centrummanagement fungeert hierbij niet als evenementenbureau maar treed op als adviseur, verbinder en zorgt voor een juiste communicatie via haar kanalen.

Er wordt ook gekeken of we met verenigingen samenwerkingen kunnen aangaan. Enerzijds voor het organiseren van leuke, vernieuwende evenementen en anderzijds voor het opzetten van evenementen en het leveren van hand- en spandiensten.

Belangrijk aandachtspunt voor het bestuur van de ondernemersvereniging is om de betrokkenheid van de ondernemers te vergroten. Dit geldt in algemene zin maar vooral bij het organiseren van evenementen. Dit vraagt tijd en energie van het bestuur om met een persoonlijke benadering leden te enthousiasmeren en uit te leggen wat het belang is van samenwerken en meedoen. Dit zal een blijvend langetermijnproces zijn.

M.b.t. de organisatie van eigen evenementen zorgt het eventcomité voor de uitwerking, planning en uitvoering van de evenementen, ondersteund met een professional indien noodzakelijk.

6.7 Recreatie & Toerisme

Centra veranderen van “place to buy” naar “place to be”. Dit betekent dat consumenten niet meer alleen naar het centrum komen om te winkelen maar juist steeds meer om te verblijven. Het aanbod van voorzieningen dient hierop te worden aangepast en afgestemd. Recreatieve en toeristische voorzieningen dragen hieraan bij en verlengen de verblijfsduur van consumenten in een centrum.

Op dit moment Heeft het Centrum van Veghel nog te weinig recreatieve en toeristische voorzieningen of maakt het nog te weinig gebruik van bestaande voorzieningen. Hier ligt een kans voor Veghel Centrum. Met name voor het vergroten van de koopkrachttoevloeiing zijn dit type voorzieningen interessant. Denk hierbij aan de jachthaven, Noordkade, fluisterboot en de verschillende wandel- en fietsroutes die voor meer bezoekers kunnen zorgen. We zien dat op dit moment ondernemers hier te weinig voordeel uithalen en kansen die er liggen, benutten. Een belangrijke taak om vanuit het centrummanagement hier aandacht op te blijven vestigen.

Als we kijken naar de Noordkade dan zien we dat dit concept veel recreatieve bezoekers trekt vanuit de regio. Een mix van cultuur, leisure, horeca en food zorgt voor een interessante mix van voorzieningen die mensen aanspreek. Een echte aanvulling voor Veghel. Tegelijkertijd zien we dat we deze mix in Veghel Centrum nog missen. Hoe zorgen we dat Veghel Centrum een eigen identiteit ontwikkeld die complementair kan zijn aan de Noordkade en elkaar kan versterken.

Ervaring leert dat de bezoeker die kiest voor de Noordkade voor een ander doel daar naartoe gaat dan het bezoek aan het centrum. Dit betekent dat het lastig zal zijn om bezoekers van de Noordkade te verleiden om ook nog naar het centrum te komen. Hoe kunnen we hier toch meer op meeliften en zorgen dat we meer combinatiebezoek krijgen. Om te beginnen moeten we hiervoor meer gaan samenwerken met de Noordkade en de kansen die er liggen benutten. De eerste stappen zijn hierin inmiddels gezet.

Gemeente Meierijstad heeft een recreatiefplatform “bezoekmeierijstad” ontwikkeld. Op dit platform worden alle recreatieve activiteiten in Meierijstad uitgelicht en ontsloten. Een ideaal platform om op mee te liften en Veghel Centrum onder de aandacht te brengen bij een brede doelgroep. Deze samenwerking moeten we de komende jaren verder uitbouwen.

Kunst & Cultuur

Op het gebied van kunst & cultuur zijn er nog kansen die op dit moment onderbelicht zijn. Om ook de fysieke connectie te maken met de Noordkade is het interessant om een aantal projecten op het gebied van kunst en cultuur door te trekken naar het centrum.

In samenwerking met de heemkundekring en de bibliotheek wordt gekeken of we de historie van Veghel zichtbaar kunnen maken in het centrum. Het vertellen van deze verhalen maakt Veghelaren trots en laat zien waar ze vandaan komen. Voor

consumenten van buiten Veghel zijn dit interessante culturele trekpleisters. De komende jaren zet het centrummanagement zich in voor:

- Zichtbaar maken van onze rijke culturele historie en het vertellen van de verhalen. Denk hierbij aan het terugbrengen van de waterpomp en ANWB bord in de Hoofdstraat, Het verhaal van Paula Potgiesser en het aanbrengen van de tekst op een gevel van het lied “Veghel parel van de Meijerij).
- Uitwerken van een kunstroute

6.8 Duurzaamheid

De overheid heeft afgesproken dat in 2050 Nederland energieneutraal moet zijn. Vanuit het rijk worden allerlei maatregelen genomen om aan deze opgave te kunnen voldoen. Op lokaal niveau worden deze plannen vertaalt naar concrete oplossingen als het gaat om zonne- en windenergie, beter omgaan met afvalstromen en het verduurzamen van panden. Voor Veghel ligt hier eveneens een grote uitdaging. Een winkelcentrum is een grootverbruiker van energie. Los van de milieuaspecten kost ook energietransitie ondernemers veel geld.

Voor Veghel centrum betekent dit een kans om het centrum gelijktijdig energetisch te verduurzamen. Te denken valt aan:

- Afkoppelen van regenwater van het riool
- Vergroenen van het centrum in het kader van hittestress en klimaatadaptatie
- Toegankelijk centrum voor ouderen en invaliden
- Energieneutraal centrum voorzien van groene stroom (wind- en zonenergie)
- Beter benutten van afvalstromen en scheiden en hergebruik van afval

07 Onze partners

De opgave die er ligt voor Veghel centrum is groot. De afgelopen 5 jaar heeft het centrummanagement diverse projecten in gang getrokken, ontwikkelaars geactiveerd om in Veghel Centrum te investeren en hebben we diverse onderzoeken en adviezen geschreven. De transformatie van Veghel centrum komt nu in een andere fase waarbij de nadrukkelijke regierol van de gemeente wordt gevraagd. De vraagstukken worden nu zo complex dat dit politieke keuzes vraagt, aanpassing van bestaande kaders en beleid en het wijzigen van bestemmingsplannen. Tegelijkertijd moet er voldoende draagvlak blijven bij de verschillende stakeholders om de transformatie van Veghel Centrum de komende 5 jaar af te ronden. Dit vraagt veel van alle betrokken partijen. Samenwerking is hierbij het sleutelwoord en bovenal ook het besef om het individueel belang ondergeschikt te maken aan het algemene Veghels belang. De opgave is groot en complex en vraagt dus om flexibiliteit en meeveren van alle betrokken partijen. Denken vanuit kansen en mogelijkheden in plaats vanuit problemen. Doel moet zijn om Veghel centrum sterker te maken voor de toekomst.

Centrummanagement Veghel heeft hierin een belangrijke taak. Zij treedt op als verbinder en zorgt ervoor dat alle betrokken partners en overige belanghebbenden zo veel mogelijk bij elkaar worden gebracht.

Een duidelijke manier van communicatie richting onze partners is hierin belangrijk om meer draagvlak te creëren. Het participeren van onze partners, vastgoedeigenaren en Ondernemersvereniging Veghel Centrum (OVVC), is belangrijk om een collectief belang

uit te dragen. Samen optrekken en dezelfde visie delen is hiervoor noodzakelijk. Een compacte werkstructuur van Centrummanagement en de besturen van onze partners zorgt ervoor dat communicatielijnen kort kunnen zijn en dat er concrete stappen kunnen worden gezet.

De belangrijkste partners voor Stichting Centrummanagement Veghel zijn:

- Gemeente Meierijstad (convenantpartner en subsidieverstrekker)
- Vereniging van vastgoedeigenaren Veghel Centrum (BIZ-vastgoed)
- Ondernemersvereniging Veghel Centrum (BIZ-ondernemers)

Om de transformatie van Veghel Centrum te laten slagen hebben we samen met de gemeente Meierijstad een overlegstructuur opgetuigd. Deze bestaat uit structureel overleg door de centrummanager met de diverse vak ambtenaren en verantwoordelijk wethouders. Daarnaast is er een werkgroep overleg dat 6x per jaar wordt georganiseerd. De werkgroep overlegt op strategisch niveau met ambtenaren en geeft gevraagd en ongevraagd advies. Zij werkt ook opdrachten uit die vanuit het bestuurlijk overleg met de verantwoordelijk wethouders komen. Op afroep worden vak ambtenaren of (Externe)adviseurs gevraagd om de werkgroep te voorzien van informatie. Op bestuurlijk niveau vindt 2x per jaar een overleg plaats met de verantwoordelijk wethouders en het bestuur van CMV. Dit overleg is bedoeld om de voortgang te bewaken van het transformatieproces en indien nodig keuzes te maken die nodig zijn om de transformatie verder te krijgen.

De werkgroep bestaat uit:

- Beleidsambtenaar economie
- Projectmanager centrum
- DTNP
- Centrummanager
- Voorzitter Verenging van Vastgoedeigenaren
- Voorzitter Ondernemersvereniging

Jaarlijks vindt er afstemming plaats met de centrummanagementorganisaties van Schijndel en Sint-Oedenrode. Dit doen de centrummanagers onderling en de 3 voorzitters van het centrummanagement op bestuurlijk niveau. Doel is om kennis te delen en van elkaar te leren en daar waar mogelijk samen te werken.

Stichting Centrummanagement Veghel heeft ook andere belanghebbenden die we desgewenst bevragen of uitnodigen voor een overleg of participatietraject. Het belangrijkste doel is om deze doelgroepen te informeren, te betrekken en met elkaar te verbinden om een zo groot mogelijk draagvlak te creëren voor de plannen die we hebben voor Veghel Centrum. Deze overleggen verlopen in eerste instantie via de centrummanager. Afhankelijk van de vraagstukken worden er overleggen ingepland met het bestuur van CMV. Stichting Centrummanagement Veghel werkt samen met de volgende belanghebbenden:

- Area
- Wijk- en dorpsraden
- Noordkade
- Maatschappelijke organisaties
- Verenigingen
- Kunst- en cultuur
- Recreatie- en toerisme

Het is belangrijk om de verschillende belanghebbenden goed te blijven informeren om zo maximaal draagvlak te creëren. Dit kan via een nieuwsbrief, enquêtes, informatieavonden, brainstormsessies en de nog op te richten stadswinkel.

08 Financiering

Op dit moment beschikt het Centrummanagement over een collectieve financiering die bestaat uit een subsidiebijdrage vanuit Gemeente Meierijstad en een structurele partnerbijdrage vanuit de BIZ-ondernemers en BIZ-vastgoed. Met deze middelen voert het centrummanagement zijn dagelijkse taken uit. Echter zien we, door de grote opgave die er ligt voor Veghel Centrum dat de financiële middelen onder druk komen te staan.

De inkomsten uit de BIZ bedragen momenteel ongeveer € 150.000 op jaarbasis. Daarnaast draagt de gemeente Meierijstad structureel en/of op incidentele (project)basis bij middels het verstrekken van (extra) subsidie. Met de BIZ ontstaat er een financieringsmodel met een meer evenwichtige en rechtvaardige financiële bijdrage van zowel ondernemers als commerciële vastgoedeigenaren.

De huidige inkomsten dekken niet de uitgaven die Centrummanagement moet maken om haar rol goed te kunnen vervullen. Gelet op een toekomstig compacter winkelcentrum en transformatie van winkelpanden worden de opbrengsten van de BIZ verder negatief beïnvloed. Eind 2025 loopt de eerste termijn van de BIZ-ondernemers en BIZ-vastgoed af. Dit betekent dat er eind 2025 opnieuw moet worden gestemd voor een periode van 5 jaar BIZ-ondernemers en BIZ-vastgoed.

Voor de toekomst betekent dit 3 dingen:

Vanuit de BIZ-ondernemers zien we dat er steeds meer financiële middelen worden gevraagd voor marketing&communicatie en het organiseren van hoogwaardige, onderscheidende evenementen. Voor de uitvoering van het marketingbeleid wordt een professioneel bureau ingehuurd en op het gebied van evenementen zien we dat de kosten voor het inhuren van materialen en bijvoorbeeld livemuziek de afgelopen jaren aanzienlijk duurder zijn geworden. De huidige budgetten die beschikbaar worden gesteld vanuit de BIZ zijn daarom ontoereikend. Ook op het gebied van aankleding van het centrum liggen er voor de komende 5 jaar veel wensen. Dit zijn ook vaak forse eenmalige investeringen en structureel terugkomende uitgaven zoals onderhoudskosten. De vraag is bij wie deze kosten thuis horen? Aangezien het centrum veranderd van “place to buy” naar “place to be” krijgt het centrum een andere, meer (maatschappelijke)functie en mag de vraag worden gesteld wie verantwoordelijk is voor deze gemeenschappelijke voorzieningen.

Door het compacter maken van het centrum bestaat de kans dat transformatiegebieden buiten de BIZ vallen waardoor de inkomsten onder druk komen te staan. Het huidige budget is net toereikend om alle geplande activiteiten te kunnen uitvoeren echter is er weinig extra ruimte voor grote investeringen. Hiervoor zal de komende jaren geld gereserveerd moeten worden. Denk aan bijdrage in de vervanging van de sfeerverlichting en het vergroenen van Veghel Centrum. Voor de BIZ-vastgoed zien we dat de bijdrage op dit moment wel toereikend is. Echter liggen ook hier voor de komende jaren uitdagende opdrachten. Deze zijn met name gericht op de transformatie van Veghel Centrum. Het zou dan ook wenselijk zijn om de BIZ-vastgoed voor een periode van 5 jaar te verlengen.

- De subsidiebijdrage van gemeente Meierijstad wordt elke 3 jaar vastgesteld op basis van de opgave die er liggen. Echter zien we vaak een terugkerende discussie over de verdeling van subsidiegelden tussen Veghel, Schijndel en Sint-Oedenrode. De verschillen tussen de 3 centra in Meierijstad, hun opgave, maar ook het verzorgingsgebied dat zij bedienen zijn groot. Het zou realistischer zijn als we naar een model gaan waarbij de gemeente een subsidiebijdrage per inwoner beschikbaar stelt dat meegroeit met de groei per kern. Dit model wordt al door de gemeente toegepast bij andere subsidieregelingen b.v. binnen de kunst & cultuur sector. Zo wordt de bijdrage afgestemd op het verzorgingsgebied van haar inwoners van Meierijstad.

- Naast de structurele bijdrage vanuit BIZ-ondernemers, BIZ-Vastgoed en de subsidiebijdrage vanuit gemeente Meierijstad, zijn wij er nog steeds van overtuigd dat een transformatiefonds Veghel Centrum wenselijk is. Vanuit dit fonds kunnen meerdere projecten worden gefinancierd die specifiek betrekking hebben op de transformatie van Veghel Centrum. Denk aan het verplaatsen van winkels uit aanloopgebieden naar het kernwinkelgebied, het herinrichten van de openbare ruimte of het opkopen van vastgoed t.b.v. de transformatie. Het begint met het in kaart brengen van de verschillende projecten en een bijbehorende begroting om zo een reëel beeld te krijgen hoe groot dit transformatiefonds moet zijn en welke vorm deze moet krijgen.

Een gezonde financiële situatie voor Stichting Centrummanagement Veghel is cruciaal om haar taken de komende jaren goed uit te kunnen blijven voeren. Gelet op de opgave die er voor Veghel nog ligt de komende 5 jaar is een passende structurele bijdrage gewenst.

09 Tenslotte

Veghel centrum behoort het kloppend hart te zijn van de kern Veghel, een plek waar niet alleen inwoners maar ook mensen uit de regio graag komen. Het is de plek voor winkelen, verblijven, recreëren en vooral elkaar ontmoeten met een maatschappelijk sociaal belang. Een centrum waar mensen graag, wonen, werken en verblijven en waar altijd iets te doen is. Een compacter maar bruisend centrum met een juiste mix van voorzieningen en een groene omgeving zijn van groot belang om de aantrekkelijkheid van het centrum te behouden en te vergroten. Het centrum van Veghel staat volop in de belangstelling.

Met dit strategisch plan zijn we in staat om bovengenoemde doelstellingen te realiseren. Als centrummanagementorganisatie willen we ons graag optimaal inzetten om aan de uitwerking en realisatie van genoemde strategisch plan en projecten mede uitvoering te geven.

”Samen bouwen we aan het succes van Veghel Centrum“

Veghel
Centrum